Міністерство освіти і науки України
Університет митної справи та фінансів
Факультет інноваційних технологій

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

на здобуття ступеня бакалавра
за освітньо–професійною програмою «Готельно–ресторанна справа»

на тему: «Нові технології просування послуг в індустрії гостинності»

Виконала:
здобувач IV курсу спеціальності
241 «Готельно–ресторанна справа»
Хоцевська В. Р.

Керівник:
к.е.н. Язіна В.А.

АНОТАЦІЯ

Хоцевська В. Р. Нові технології просування послуг в індустрії гостинності. Підвищення якості обслуговування клієнтів ресторанів. Кваліфікаційна робота на здобуття ступеня вищої освіти «бакалавр» за спеціальністю 241 Готельно–ресторанна справа. – Університет митної справи та фінансів, Дніпро.

Метою даної роботи є вивчення, аналіз та опис новітніх технологій просування послуг в галузі гостинності.

Об'єктом дослідження є процес просування послуг за допомогою новітніх технологій в готельно–ресторанному бізнесі

Предмет дослідження: теоретичні та практичні аспекти застосування новітніх технологій просування послуг в готельно–ресторанному бізнесу

Завдання: проаналізувати теоретичні аспекти розвитку інноваційної діяльності індустрії гостинності; визначити передумови розвитку готельно–ресторанного господарства України; проаналізувати динаміку розвитку готельно–ресторанного господарства; провести комплексну оцінку нових технологій просування; виявити проблеми та перспективи інноваційної діяльності індустрії гостинності України та знайти шляхи для їх усунення; проаналізувати існуючі технології просування.

Під час написання дипломної роботи було використано загальнонаукові та спеціальні методи наукового дослідження: метод статистичного аналізу; теоретичний аналіз джерел інформації з проблеми дослідження; метод порівняння; графічний метод.

Матеріали роботи можуть бути використані вищими навчальними закладами, для курсів із підготовки та перепідготовки майбутніх фахівців, при викладанні курсів «Організація інноваційної діяльності готельно–ресторанного господарства». Отримані результати можуть бути корисними для роботи готелів та аналогічних засобів розміщення, а також при складанні програми розвитку готельних господарств.

Робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків; містить 70 сторінок тексту, 14 рисунків, 6 таблиць. Список джерел включає 50 найменувань літератури.

КЛЮЧОВІ СЛОВА: ІННОВАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ, ПРОСУВАННЯ, ГОТЕЛЬНО–РЕСТОРАННИЙ КОМПЛЕКС, ІНТЕРНЕТ–САЙТ, СОЦІАЛЬНІ МЕРЕЖІ, МОБІЛЬНІ ДОДАТКИ

SUMMARY

Khotsevska V. R. New technologies for promoting services in the hospitality industry. Improving the quality of restaurant customer service. Qualification work for obtaining a higher education degree "bachelor" in specialty 241 Hotel and restaurant business. – University of Customs and Finance, Dnipro.

The purpose of this work is to study, analyze and describe the latest technologies for promoting services in the hospitality industry.

The object of the study is the process of promoting services using the latest technologies in the hotel and restaurant business

Subject of the study: theoretical and practical aspects of applying the latest technologies for promoting services in the hotel and restaurant business

Tasks: to analyze the theoretical aspects of the development of innovative activity in the hospitality industry; to determine the prerequisites for the development of the hotel and restaurant industry in Ukraine; to analyze the dynamics of the development of the hotel and restaurant industry; to conduct a comprehensive assessment of new promotion technologies; to identify problems and prospects for innovative activity in the hospitality industry in Ukraine and find ways to eliminate them; analyze existing promotion technologies.

When writing the thesis, general scientific and special methods of scientific research were used: statistical analysis method; theoretical analysis of sources of information on the research problem; comparison method; graphic method.

The materials of the work can be used by higher educational institutions, for courses on training and retraining of future specialists, when teaching courses "Organization of innovative activities of the hotel and restaurant industry". The results obtained can be useful for the operation of hotels and similar accommodation facilities, as well as when drawing up a program for the development of hotel industries.

The work consists of an introduction, three sections, conclusions; contains 70 pages of text, 14 figures, 6 tables. The list of sources includes 50 titles of literature.

KEYWORDS: INNOVATIVE TECHNOLOGIES, PROMOTION, HOTEL AND RESTAURANT COMPLEX, WEBSITE, SOCIAL NETWORKS, MOBILE APPLICATIONS

ЗМІСТ

ВСТУП 5
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ПРОСУВАННЯ ПОСЛУГ ПІДПРИЄМСТВ ГОТЕЛЬНОГО ТА РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА .. 7
1.1. Індустрія гостинності: основні поняття та головні детермінанти 7
1.2. Нові технології просування: сутність та складові 13
1.3. Характеристика нових видів просування готельно–ресторанного господарства 19
ВИСНОВКИ ДО РОЗДІЛУ 1 24
РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ НОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ ПРОСУВАННЯ ПОСЛУГ НА ПІДПРИЄМСТВІ «РАДУТА»..... 26
2.1. Загальна характеристика підприємства 26
2.2. Використання новітніх інформаційних технологій в готельно–ресторанному комплексі «Радута» 32
2.3.Комплексна оцінка нових технологій просування в індустрії гостинності 37
ВИСНОВКИ ДО РОЗДІЛУ 2 47
РОЗДІЛ 3. РЕКОМЕНДАЦІЇ ЩОДО ВИКОРИСТАННЯ НОВІТНІХ ТЕХНОЛОГІЙ ДЛЯ ГОТЕЛЬНО–РЕСТОРАННОГО КОМПЛЕКСУ «РАДУТА» 49
3.1 Перспективи використання новітніх технологій в готельно–ресторанному комплексі «Радута» 49
3.2 Розробка сайту для просування послуг готельно–ресторанного комплексу 55
ВИСНОВКИ ДО РОЗДІЛУ 3 61
ВИСНОВКИ..... 63
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ 65

ВСТУП

Актуальність теми дослідження. Готельно–ресторанне господарство є однією з найбільш динамічно розвинутих галузей в сучасному світі. Індустрія гостинності відіграє важливу роль у задоволенні потреб суспільства в харчуванні, розміщенні та послугах дозвілля. В конкурентному середовищі готельно–ресторанного бізнесу важливо знаходити нові шляхи вдосконалення та отримання конкурентної переваги. На шляху впровадження інноваційних технологій є достатньо бар'єрів, пов'язаних з ціною технології, або її розробки; кількістю ресурсів, які будуть витрачені для навчання цієї технології; не бажанням керуючого персоналу щось змінювати заради прибутку.

Для написання дипломної роботи було проаналізовано праці таких вчених, як: Шаповалова О.М, Мазур В.С, Мальська М. П, Круль Г.Я для визначення теоретичних аспектів індустрії гостинності та трактування терміну гостинності. Проаналізувавши праці Журавльової Л. та Саненка Л. було визначено основні фактори, що виступають передумовами розвитку інноваційної діяльності готельно–ресторанного господарства тощо.

Метою даної роботи є вивчення, аналіз та опис новітніх технологій просування послуг в галузі гостинності. Робота спрямована на виявлення та дослідження інноваційних методів та стратегій, що застосовуються для ефективного просування готельно–ресторанних послуг. Це включає в себе вивчення новітніх цифрових медіа, соціальних мереж, мобільних додатків, веб–технологій та інших інструментів, які допомагають залучати, зберігати та збільшувати клієнтську базу, підвищувати впізнаваність бренду та забезпечувати конкурентоспроможність у сучасному ринковому середовищі. На основі мети сформовано такі завдання:

–проаналізувати теоретичні аспекти розвитку інноваційної діяльності готельно–ресторанного господарства;

–визначити передумови розвитку готельно–ресторанного господарства України та впровадження інновацій в них;

–проаналізувати динаміку розвитку готельно–ресторанного

господарства та провести комплексну оцінку нових технологій просування в індустрії гостинності

–виявити проблеми та перспективи інноваційної діяльності індустрії гостинності України та знайти шляхи для їх усунення.

–проаналізувати існуючі технології просування, такі як Інтернет–сайти, соціальні мережі, мобільні додатки, електронні системи бронювання та інші.

–сформулювати рекомендації щодо використання інноваційних технологій просування та стратегій розвитку для готельно–ресторанного комплексу «Радута».

Об'єктом дослідження є процес просування послуг за допомогою новітніх технологій в готельно–ресторанному бізнесі

Предмет дослідження: теоретичні та практичні аспекти застосування новітніх технологій просування послуг в готельно–ресторанному бізнесу

Інформаційною базою кваліфікаційної роботи є монографії, наукові статті вітчизняних та зарубіжних вчених, авторські дослідження, а також офіційні інтернет-сайти тощо.

Методи дослідження. Під час написання дипломної роботи було використано загальнонаукові та спеціальні методи наукового дослідження: метод статистичного аналізу; теоретичний аналіз джерел інформації з проблеми дослідження; метод порівняння; графічний метод тощо.

Практичне значення отриманих результатів. Матеріали роботи можуть бути використані вищими навчальними закладами, для курсів із підготовки та перепідготовки майбутніх фахівців, при викладанні курсів «Організація інноваційної діяльності готельно–ресторанного господарства». Отримані результати можуть бути корисними для роботи готелів та аналогічних засобів розміщення, а також при складанні програми розвитку готельних господарств.

Структура роботи. Робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків; містить 70 сторінок тексту, 14 рисунків, 6 таблиць. Список джерел включає 50 найменувань літератури.

РОЗДІЛ 1
ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ПРОСУВАННЯ ПОСЛУГ ПІДПРИЄМСТВ ГОТЕЛЬНОГО ТА РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА

1.1. Індустрія гостинності: основні поняття та головні детермінанти

Останнім часом увагу дослідників привернула індустрія гостинності, яка є однією з найбільш швидкозростаючих галузей у світі. Індустрія гостинності має великий потенціал для заохочення зростання економіки, збільшення кількості нових робочих місць, покращення соціального середовища. Гостинність часто ідентифікують як частину туризму або розглядають як один із видів туризму [1].

Гостинність – це комплексна послуга, яка має визначені характеристики для споживачів і допомагає створювати позитивний імідж підприємства, спонукаючи споживачів до «вторинного попиту» на ці послуги. Для створення позитивного іміджу у сфері гостинності використовуються різноманітні ресурси, комфортне гостинне середовище, а також стратегії та концепції гостинності. Взаємодія різних аспектів гостинності в рамках єдиного технологічного процесу повинна бути злагодженою за допомогою розробки моделі гостинності [2].

Модель гостинності відображає взаємозв'язки в системі «Гість – послуга – середовище гостинності»

Рисунок 1.1 – Модель гостинності

Джерело: складено автором за даними [2]

Індустрія гостинності є широкою галуззю економіки, що охоплює

різноманітні сектори, такі як готельний бізнес, ресторанний сервіс, туризм, громадське харчування та інші сфери, пов'язані з наданням послуг для задоволення потреб клієнтів.

Основні поняття, які характеризують індустрію гостинності, включають:

Рисунок 1.2 – Основні поняття, які характеризують індустрію гостинності.

Джерело: складено автором за даними [2]

Готельно–ресторанне господарство є невід'ємною складовою частиною індустрії гостинності і включає в себе готелі, мотелі, курорти, апартаменти, гостьові будинки та інші види тимчасового проживання. Ресторанний бізнес, з свого боку, охоплює ресторани, кафе, бари, закусочні та інші заклади, які надають харчування та послуги харчування клієнтам. Туризм: це подорожі та перебування людей в інших місцях з метою відпочинку, розваг, бізнесу [3].

На рисунку 1.3 зображені важливі детермінанти індустрії гостинності.

Важливими детермінантами індустрії гостинності є такі фактори:

Туристичний попит: один з основних детермінантів індустрії гостинності – це туристичний попит. Зміна у попиті туристів на подорожі та

послуги гостинності має значний вплив на розвиток індустрії. Фактори, що впливають на туристичний попит, включають економічні умови, соціокультурні тенденції, політичну стабільність, рекламні кампанії та інші чинники.

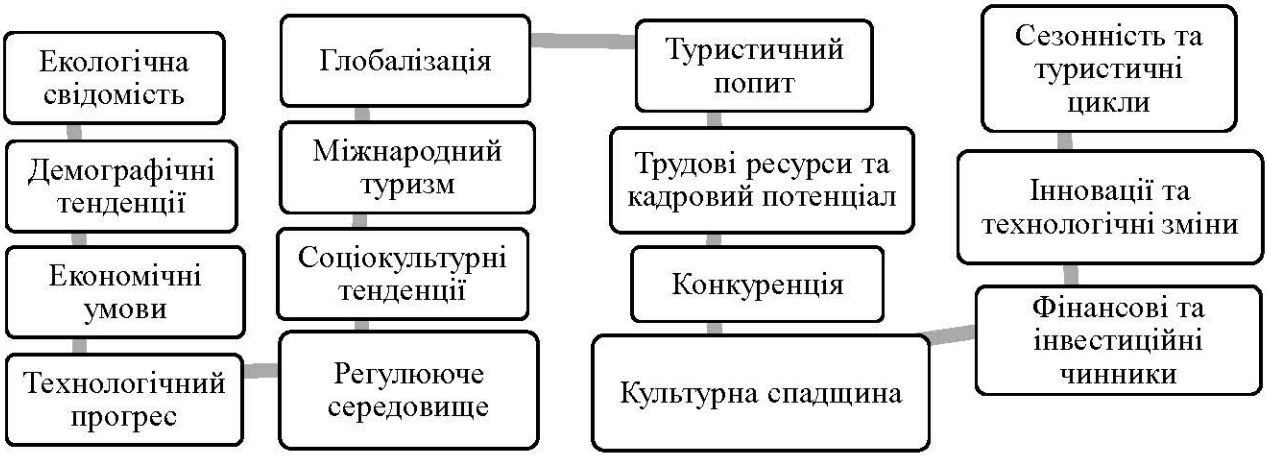

Рисунок 1.3 – Важливі детермінанти індустрії гостинності

Джерело: складено автором за даними [3]

Конкуренція: конкуренція є ще одним важливим детермінантом індустрії гостинності. З ростом кількості готелів, ресторанів та інших гостинних закладів, конкуренція між ними стає все більш жорсткою. Підприємства гостинності повинні постійно працювати над поліпшенням своїх послуг, розвивати унікальні пропозиції та залучати клієнтів для забезпечення своєї конкурентоспроможності [5].

Технологічний прогрес: технологічний прогрес є суттєвим детермінантом індустрії гостинності. Запровадження нових технологій, таких як онлайн–бронювання готелів, автоматизовані системи управління рестораном, мобільні додатки для замовлення їжі, розширення використання штучного інтелекту та інші інновації, можуть поліпшити якість обслуговування, ефективність роботи та конкурентоспроможність гостинних закладів.

Регулююче середовище: законодавчі та регуляторні вимоги стосовно

безпеки, якості послуг, охорони довкілля та прав споживачів впливають на діяльність готельно–ресторанних підприємств.

Соціокультурні тенденції: соціокультурні тенденції є важливим фактором, що визначає розвиток індустрії гостинності. Зміни в соціальних та культурних звичаях, смаках, попиті на певні типи послуг та харчування впливають на популярність та рентабельність гостинних закладів. Наприклад, зростання інтересу до здорового харчування та екологічно чистих продуктів може призвести до змін у концепції та меню ресторанів[13].

Економічні умови: економічні умови, такі як рівень доходів населення, рівень безробіття, інфляція та інші макроекономічні показники, також мають значний вплив на індустрію гостинності. У періоди економічного зростання, споживачі можуть мати більше коштів для подорожей та відвідування ресторанів, що сприяє зростанню галузі. Зворотна ситуація, коли економіка знаходиться в спаді, може призвести до скорочення видатків на подорожі та гостинні послуги [7].

Демографічні тенденції: демографічні тенденції, такі як зміни в розмірі та структурі населення, також впливають на індустрію гостинності. Наприклад, зростання кількості людей похилого віку може призвести до збільшення попиту на послуги готелів та ресторанів, спрямованих на потреби цієї групи населення, таких як послуги догляду чи спеціалізовані харчування.

Екологічна свідомість: зростання екологічної свідомості серед споживачів впливає на індустрію гостинності. Заклади, які приділяють увагу екологічним принципам, використанню сталої енергії, енергоефективним технологіям та зменшенню відходів, можуть мати перевагу в очах свідомих споживачів. Такі ініціативи можуть включати впровадження велосипедних стоянок, переробку відходів та використання екологічно чистих матеріалів.

Сезонність та туристичні цикли: сезонність та туристичні цикли є важливими факторами, що впливають на індустрію гостинності. Багато туристичних місць мають пікові та непікові періоди, коли попит на послуги гостинності може змінюватись. Наприклад, курортні зони можуть мати

високий попит протягом літнього сезону, але менший попит взимку. Розуміння сезонних та циклічних змін у попиті є важливим для планування роботи та управління в галузі гостинності.

Культурна спадщина та місцеві особливості: культурна спадщина та місцеві особливості регіону чи місцевості впливають на індустрію гостинності. Туристи та відвідувачі цікавляться автентичними традиціями, стравами, ремеслами та культурними заходами, які вони можуть дослідити під час своєї подорожі. Готелі, ресторани та інші гостинні заклади, які вміло інтегрують місцеву культуру та традиції в свої послуги, можуть привернути більше клієнтів та створити унікальний досвід для гостей [14].

Міжнародний туризм: міжнародний туризм впливає на індустрію гостинності, особливо в регіонах зі значним туристичним потоком. Приїзд іноземних туристів створює нові можливості для розвитку готелів, ресторанів та інших гостинних закладів. Крім того, вплив іноземних культур і традицій може сприяти розширенню кулінарних пропозицій та урізноманітнити гостинність в даному регіоні.

Інновації та технологічні зміни: інновації та технологічні зміни відіграють важливу роль у розвитку індустрії гостинності. Запровадження нових технологій, таких як розумні системи керування готелями, розширення використання безконтактних платежів, використання віртуальної та доповненої реальності, може поліпшити якість обслуговування, ефективність роботи та забезпечити конкурентні переваги гостинних закладів.

Глобалізація: глобалізація впливає на індустрію гостинності шляхом зближення різних культур та популяризації світового туризму. Зростання міжнародних зв'язків та підвищення мобільності сприяють збільшенню числа подорожей та зовнішнього туризму. Гостинні заклади мають адаптуватися до потреб глобальних туристів, враховуючи їхні культурні особливості та вимоги [21].

Фінансові та інвестиційні чинники: фінансові та інвестиційні чинники мають важливе значення для розвитку індустрії гостинності. Інвестиції у

будівництво нових готелів, модернізацію існуючих закладів, розвиток інфраструктури та маркетингові кампанії допомагають залучати більше клієнтів та збільшувати дохідність гостинних закладів. Фінансова стабільність та доступність кредитних ресурсів також впливають на розвиток індустрії гостинності.

Трудові ресурси та кадровий потенціал: наявність висококваліфікованого персоналу та кадрового потенціалу є ключовим фактором успіху в індустрії гостинності. Компетентність та досвід персоналу впливають на якість обслуговування, задоволення клієнтів та репутацію гостинного закладу. Крім того, забезпечення високої якості навчання та розвитку працівників є важливим для залучення та збереження талановитого персоналу [12].

Ризики та кризові ситуації: індустрія гостинності піддається різноманітним ризикам та кризовим ситуаціям, які можуть впливати на її функціонування та прибутковість. Деякі з них включають:

– Політичні та економічні нестабільності: зміни в політичних умовах, економічні кризи, війни або конфлікти можуть негативно позначитися на індустрії гостинності, зменшуючи попит на подорожі та послуги гостинності.

– Природні катастрофи: землетруси, повені, урагани та інші природні катастрофи можуть призвести до знищення інфраструктури туристичних місць та обмеження подорожей, що негативно впливає на індустрію гостинності.

– Епідемії та пандемії: розповсюдження захворювань, таких як COVID–19, може призвести до обмежень у міжнародних та внутрішніх подорожах, скасування подій та зменшення попиту на готелі та ресторани.

– Конкуренція та зміни у споживацьких уподобаннях: зростання конкуренції в галузі гостинності та зміна уподобань споживачів можуть вимагати постійного оновлення послуг, інвестицій у маркетинг та розвиток нових концепцій, щоб задовольняти потреби клієнтів.

– Терористичні загрози: терористичні загрози можуть мати негативний

вплив на туризм та гостинність, спричиняючи зменшення попиту на подорожі та зниження безпеки. Такі ситуації можуть вимагати введення додаткових заходів безпеки в готелях та ресторанах, що можуть збільшити витрати і вплинути на прибутковість.

– Репутаційні ризики: негативна публічність, відгуки клієнтів та інциденти, пов'язані з обслуговуванням або якістю послуг, можуть пошкодити репутацію гостинного закладу. Розробка та впровадження ефективних стратегій управління ризиками і забезпечення якості є важливими аспектами успішної діяльності в індустрії гостинності.

– Технологічні загрози: розширення використання цифрових технологій та збільшення кількості онлайн–транзакцій також вносять ризики в індустрію гостинності. Зловмисні кібератаки, витоки даних та порушення конфіденційності можуть негативно вплинути на довіру споживачів та безпеку інформації.

Ефективне управління ризиками та вміння адаптуватися до непередбачуваних ситуацій є ключовими факторами для успіху в індустрії гостинності. Гнучкість, інновації та готовність до впровадження заходів забезпечення безпеки та якості допомагають підприємствам гостинності протистояти ризикам та кризовим ситуаціям [5].

Отже, розвиток технологій має великий вплив на готельно–ресторанне господарство. Використання сучасних технологій у роботі готелів та ресторанів, таких як системи онлайн–бронювання, мобільні додатки, системи управління взаємодією з клієнтами, може поліпшити якість обслуговування, оптимізувати процеси та забезпечити більш ефективне управління.

1.2. Нові технології просування: сутність та складові

В сучасному світі індустрія гостинності постійно зазнає змін під впливом нових технологій. Інноваційні методи просування стають все більш

важливими для успішного розвитку готельно–ресторанного бізнесу. У цьому розділі буде розглянуто сутність нових технологій просування та їх складові, які допомагають підприємствам гостинності досягти конкурентної переваги і залучити більше клієнтів [6].

У сучасному готельно–ресторанному господарстві успішна маркетингова стратегія включає в себе використання новітніх технологій просування. Нові технології просування відіграють важливу роль у привертанні уваги клієнтів, підвищенні відомості про бренд готельно–ресторанного господарства, покращенні комунікації зі споживачами та збільшенні конверсії [7].

На рисунку 1.4 показані основні функції нових технологій просування.

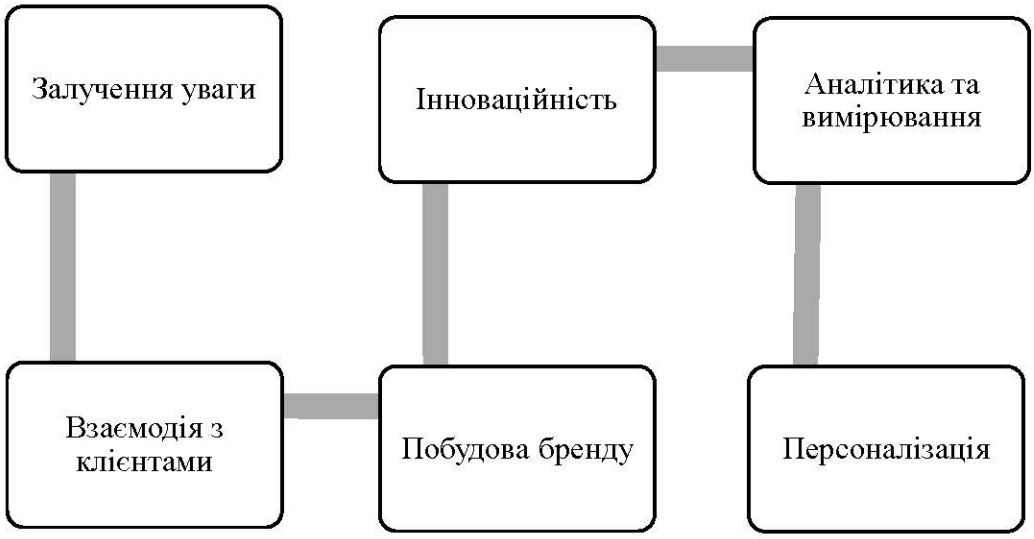

Рисунок 1.4 – Основні функції нових технологій просування.

Джерело: складено автором за даними [7]

Нові технології просування базуються на використанні сучасних інформаційних технологій, цифрових платформ, соціальних медіа, мобільних додатків та інших інноваційних інструментів. Вони дозволяють готельно–ресторанним підприємствам досягати більшої аудиторії, персоналізувати комунікацію з клієнтами, надавати інформацію в режимі реального часу, забезпечувати зручність та ефективність взаємодії зі споживачами [8].

На рисунку 1.5 показані основні складові нових технологій просування.

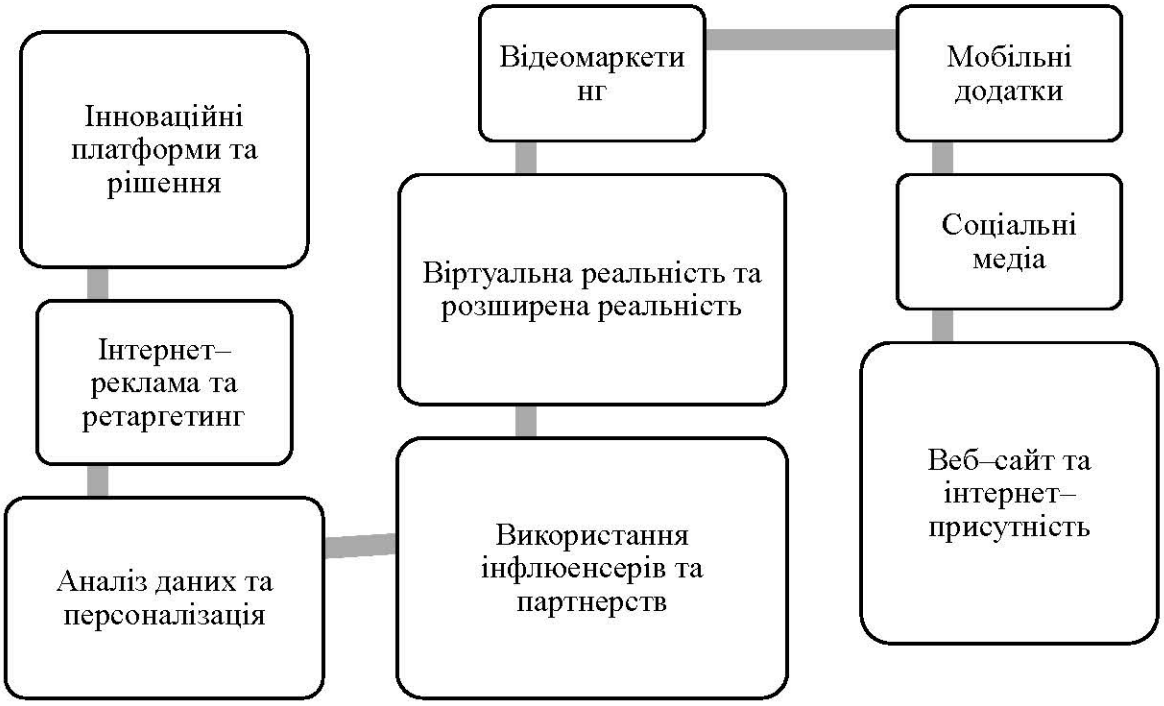

Рисунок 1.5 – Основні складові нових технологій просування.

Джерело: складено автором за даними [8]

У сучасному готельно–ресторанному господарстві успішна маркетингова стратегія включає в себе використання новітніх технологій просування. Нові технології просування відіграють важливу роль у привертанні уваги клієнтів, підвищенні відомості про бренд готельно–ресторанного господарства, покращенні комунікації зі споживачами та збільшенні конверсії [16].

Нові технології просування базуються на використанні сучасних інформаційних технологій, цифрових платформ, соціальних медіа, мобільних додатків та інших інноваційних інструментів. Вони дозволяють готельно–ресторанним підприємствам досягати більшої аудиторії, персоналізувати комунікацію з клієнтами, надавати інформацію в режимі реального часу, забезпечувати зручність та ефективність взаємодії зі споживачами.

Складові нових технологій просування:

Веб–сайт та інтернет–присутність: веб–сайт є основою електронної присутності готельно–ресторанного господарства в Інтернеті. Він має бути привабливим, інформативним і легкодоступним для користувачів. На веб–сайті можуть розміщуватись інформація про послуги, ціни, фотографії, контактна інформація, відгуки клієнтів тощо [8].

Соціальні медіа: соціальні медіа є потужним інструментом для просування готельно–ресторанного господарства. Платформи соціальних медіа, такі як Facebook, Instagram, Twitter, LinkedIn та інші, дозволяють взаємодіяти зі споживачами, створювати спільноти, публікувати фото та відео матеріали, розміщувати акції та спеціальні пропозиції. Важливо виробити чітку стратегію використання соціальних медіа, залучати аудиторію до взаємодії, реагувати на коментарі та відгуки клієнтів.

Мобільні додатки: зростання використання мобільних пристроїв відкриває нові можливості для готельно–ресторанного господарства. Розробка власного мобільного додатка дозволяє спростити процес бронювання, замовлення столиків, отримання інформації про послуги та акції, а також підтримувати зв'язок з клієнтами через сповіщення та персоналізовані пропозиції. Мобільні додатки також можуть включати програму лояльності, що стимулює повторні відвідини та рекомендації.

Відеомаркетинг: відео є потужним інструментом просування, оскільки воно дозволяє передати атмосферу та особливості готельно–ресторанного господарства. Відеоролики про номери, ресторани, кухню, персонал та інші аспекти діяльності підприємства можуть бути розміщені на веб–сайті, соціальних медіа, YouTube та інших платформах [14].

Інтерактивний контент: інтерактивний контент стає все популярнішим у сфері просування. Це можуть бути вебінари, онлайн–курси, віртуальні тури, ігри або інші форми взаємодії зі споживачами. Інтерактивний контент дозволяє залучити увагу та зацікавити аудиторію, надати корисну інформацію, а також зібрати дані про клієнтів для подальшого персоналізованого підходу.

Віртуальна реальність та розширена реальність: використання

віртуальної реальності (VR) та розширеної реальності (AR) надає унікальний досвід для клієнтів готельно–ресторанного господарства. За допомогою VR–окулярів або AR–додатків, клієнти можуть відчути атмосферу готелю або ресторану, ознайомитись зі спеціальними ефектами, випробувати різні варіанти дизайну або кулінарних страв. Це дозволяє підвищити зацікавленість та залученість клієнтів [17].

Використання інфлюенсерів та партнерств: співпраця зі знаменитостями, інфлюенсерами або партнерами може значно збільшити вплив та досягнути нової аудиторії. Рекомендації та розміщення матеріалів про готельно–ресторанне господарство відомими особистостями або партнерськими організаціями створюють довіру та привертають увагу нових клієнтів.

Аналіз даних та персоналізація: використання аналітики даних дозволяє збирати, аналізувати та використовувати дані про клієнтів для персоналізації просувальних кампаній. Це означає надання індивідуального підходу до кожного клієнта на основі його уподобань, попередніх відвідин та поведінки.

Інтернет–реклама та ретаргетинг: використання інтернет–реклами та ретаргетингу дозволяє готельно–ресторанному господарству докладно налаштовувати таргетинговані рекламні кампанії. Реклама може бути показана потенційним клієнтам на основі їхніх інтересів, розташування, демографічних характеристик та попереднього відвідування веб–сайту [23].

Інноваційні платформи та рішення: на сьогоднішній день існують різноманітні інноваційні платформи та рішення, які можуть допомогти готельно–ресторанному господарству в просуванні. Наприклад, це можуть бути системи онлайн–бронювання, використання штучного інтелекту для персоналізації, програми лояльності з використанням блокчейн технології тощо. Використання таких інноваційних рішень допомагає покращити ефективність технологій просування, забезпечити зручність та задоволення для клієнтів, а також підвищити конкурентоспроможність готельно–ресторанного господарства.

Нові технології просування грають важливу роль у сучасному готельному бізнесі, допомагаючи привернути увагу потенційних клієнтів, підвищити конкурентоспроможність готелю і забезпечити ефективне використання маркетингових зусиль [27].

На основі інформації описаної вище, на сторінці в Instagram було зроблене інтернет опитування, в якому прийняли участь 80 респондентів. Темою опитування було: «Найпопулярніші складові нових технологій просування за останні 5 років». Результати показані на рисунку 1.6:

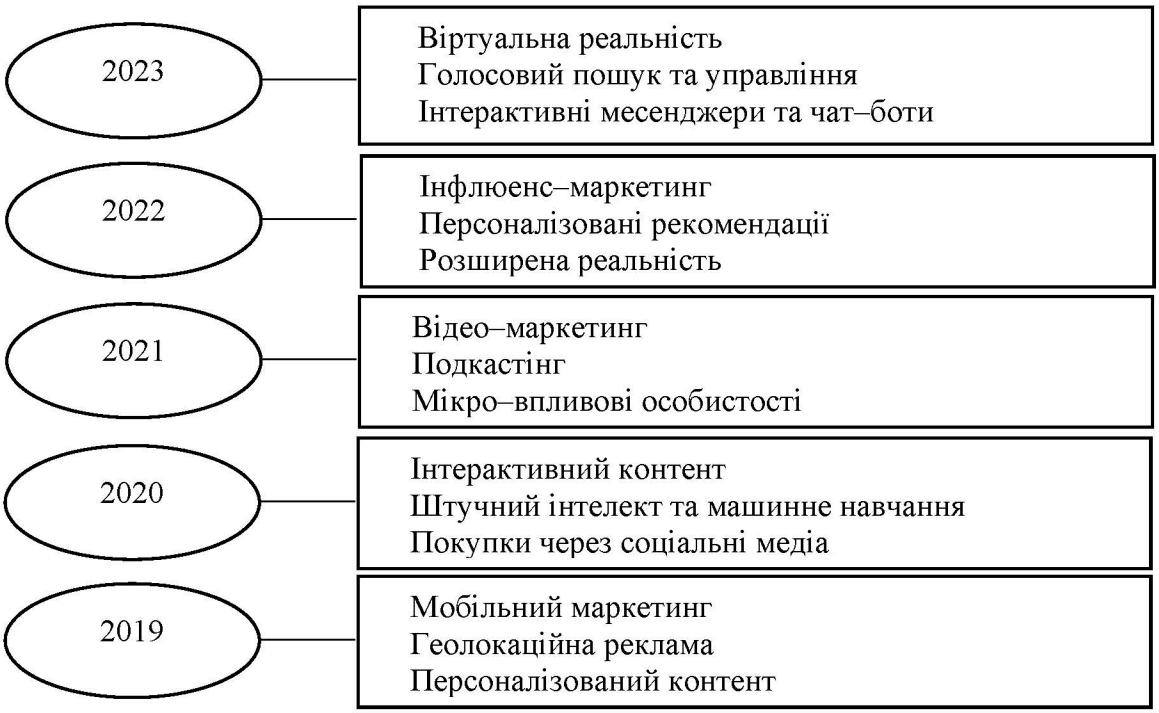

Рисунок 1.6 – Найпопулярніші складові нових технологій просування за останні 5 років.

Джерело: складено автором за даними [9]

Для успішної імплементації нових технологій просування в готельно–ресторанній галузі, необхідно враховувати кілька факторів. По–перше, підприємствам потрібно мати чітку стратегію із застосування нових технологій, що відповідає їхнім конкретним цілям і потребам. По–друге, необхідно забезпечити належне навчання та підготовку персоналу для роботи

з цифровими інструментами та системами. По–третє, важливо враховувати вимоги безпеки та конфіденційності, оскільки використання нових технологій пов'язане з обробкою та зберіганням клієнтської інформації [9].

Отже, використання нових технологій просування повинне бути відповідним контексту готельно–ресторанного господарства та спрямоване на забезпечення високої якості обслуговування та задоволення потреб клієнтів

1.3. Характеристика нових видів просування готельно–ресторанного господарства

В сучасному світі, де конкуренція в готельно–ресторанному господарстві стає все більш жорсткою, власники готелів та ресторанів повинні шукати нові способи просування своїх послуг та привертання уваги клієнтів. Нові технології та соціальні мережі надають можливості для розвитку та вдосконалення готельно–ресторанного бізнесу.

Готельно–ресторанна галузь має значний потенціал для застосування інноваційних підходів у своїй діяльності. Впровадження нових технологій просування може допомогти покращити якість обслуговування, залучити більше клієнтів та підвищити рівень конкурентоспроможності готельно–ресторанних підприємств [10].

На рисунку 1.7 показані нові види просування готельно–ресторанного господарства.

Характеристика нових видів просування готельно–ресторанного господарства:

Інтернет–маркетинг: інтернет–маркетинг є одним з найефективніших інструментів просування в сучасному готельно–ресторанному господарстві. Завдяки Інтернету підприємства мають можливість прямого зв'язку зі своїми клієнтами та потенційними гостями. Інтернет–маркетинг включає в себе такі складові:

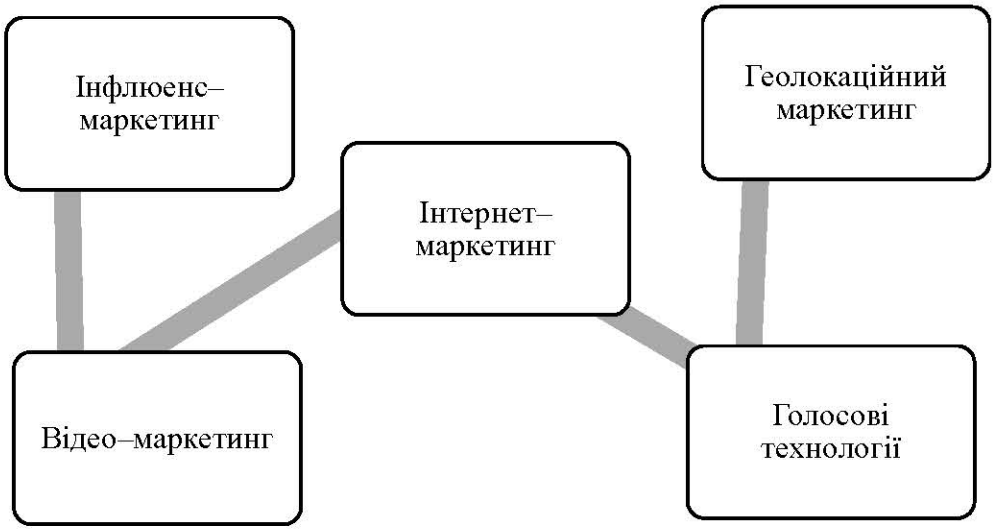

Рисунок 1.7 – Нові види просування готельно–ресторанного господарства.

Джерело: складено автором за даними [10]

– Веб–сайт і лендінг–сторінки.

Веб–сайт є основою онлайн–присутності готельно–ресторанного підприємства. Він повинен бути привабливим, інформативним та легким у використанні. Важливо забезпечити наявність важливої інформації, такої як послуги, ціни, фотографії номерів та ресторанів, контактні дані тощо. Крім того, лендінг–сторінки можуть використовуватись для спеціальних акцій, промо–кампаній та бронювання номерів [19].

– Пошукова оптимізація (SEO)

SEO є процесом оптимізації веб–сайту з метою підвищення його видимості в пошукових системах, таких як Google, Bing тощо. Це включає в себе використання ключових слів, оптимізацію вмісту, побудову посилань та інші стратегії для покращення рейтингу в пошукових системах.

– Соціальні медіа

Соціальні медіа є потужним інструментом для просування готельно–ресторанного господарства. Платформи, такі як Facebook, Instagram, Twitter, дозволяють підприємствам показувати свої послуги і створювати взаємодію зі

своїми клієнтами. Вони дозволяють публікувати фотографії, відео, розповідати про новини, акції та події, взаємодіяти з користувачами через коментарі, привертати увагу до свого бренду та будувати спільноту клієнтів.

– Електронні розсилки

Електронні розсилки або email–маркетинг є ефективним інструментом для залучення і утримання клієнтів. Підприємства можуть використовувати розсилки для розсилання інформації про спеціальні пропозиції, новини, розповіді про події, а також для нагадування клієнтам про свої послуги та стимулювання повторних відвідувань.

Відео–маркетинг: відео–маркетинг набуває все більшої популярності в готельно–ресторанній галузі. Відео–контент дозволяє підприємствам ефективно передати свої послуги, атмосферу та унікальність свого бренду. Відео може включати презентації готелю, екскурсії по приміщеннях, кулінарні шоу, відгуки клієнтів та багато іншого. Відео–контент може розміщуватися на веб–сайті, соціальних медіа, YouTube та інших платформах [29].

Інфлюенс–маркетинг: інфлюенс–маркетинг полягає в співпраці з впливовими особистостями або блогерами, які мають велику аудиторію в соціальних медіа. Вони можуть рекламувати готельно–ресторанні послуги через свої канали, створюючи автентичний і переконливий контент. Це дозволяє підприємствам досягти широкої аудиторії, залучити нових клієнтів та підвищити свою популярність. Співпраця з впливовими особистостями може включати спонсорські контракти, участь у спеціальних заходах та подіях, створення спільного контенту та багато іншого.

Геолокаційний маркетинг: геолокаційний маркетинг використовує географічну інформацію для спрямованої реклами та просування. Підприємства можуть використовувати мобільні додатки та сервіси, які розпізнають місцезнаходження користувача, щоб надсилати йому пропозиції, знижки та спеціальні промо–акції. Наприклад, готелі можуть надсилати повідомлення про знижки на проживання або ресторани можуть пропонувати купони на обід поблизу потенційних клієнтів, які перебувають в певному

місці.

Голосові технології: голосові технології, такі як голосові помічники (наприклад, Siri, Google Assistant, Alexa) та голосові пошукові системи, стають все популярнішими в сфері готельно–ресторанного господарства. Підприємства можуть використовувати голосові технології для покращення обслуговування клієнтів, забезпечення швидкого та зручного бронювання номерів, відповіді на запитання щодо послуг та резервацій, надання рекомендацій стосовно ресторанів та інших послуг [28].

Інтернет–маркетинг є одним з найефективніших інструментів просування в сучасному готельно–ресторанному господарстві. Завдяки Інтернету підприємства мають можливість прямого зв'язку зі своїми клієнтами та потенційними гостями. На рисунку 1.8 показані складові інтернет–маркетингу [11].

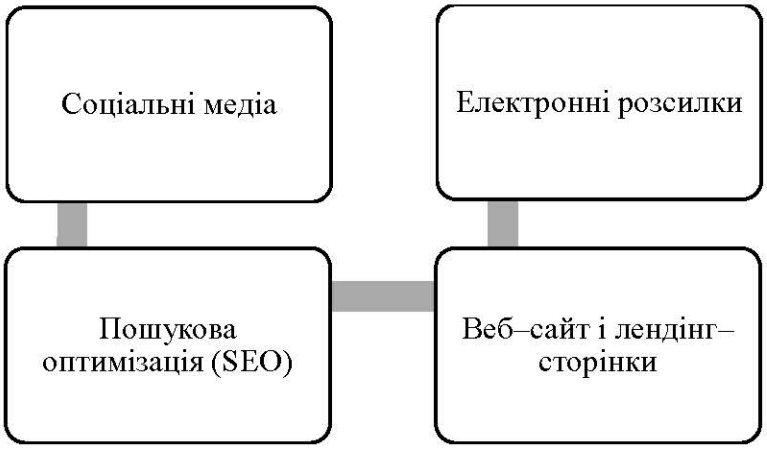

Рисунок 1.8 – Складові інтернет–маркетингу.

Джерело : складено автором за даними [11]

Нові види просування в готельно–ресторанному господарстві характеризуються такими особливостями.

Загалом, нові види просування в готельно–ресторанному господарстві пропонують широкий спектр інноваційних інструментів для залучення та утримання клієнтів. Від інтернет–маркетингу та відео–маркетингу до інфлюенс–маркетингу, геолокаційного маркетингу, AR/VR технологій та голосових технологій, підприємства мають можливість створити цікавий,

персоналізований та вражаючий досвід для своїх клієнтів. Важливо аналізувати та вибирати ті інструменти, які найкраще відповідають потребам та стратегії кожного готельно–ресторанного підприємства з метою досягнення успіху та конкурентоспроможності [17].

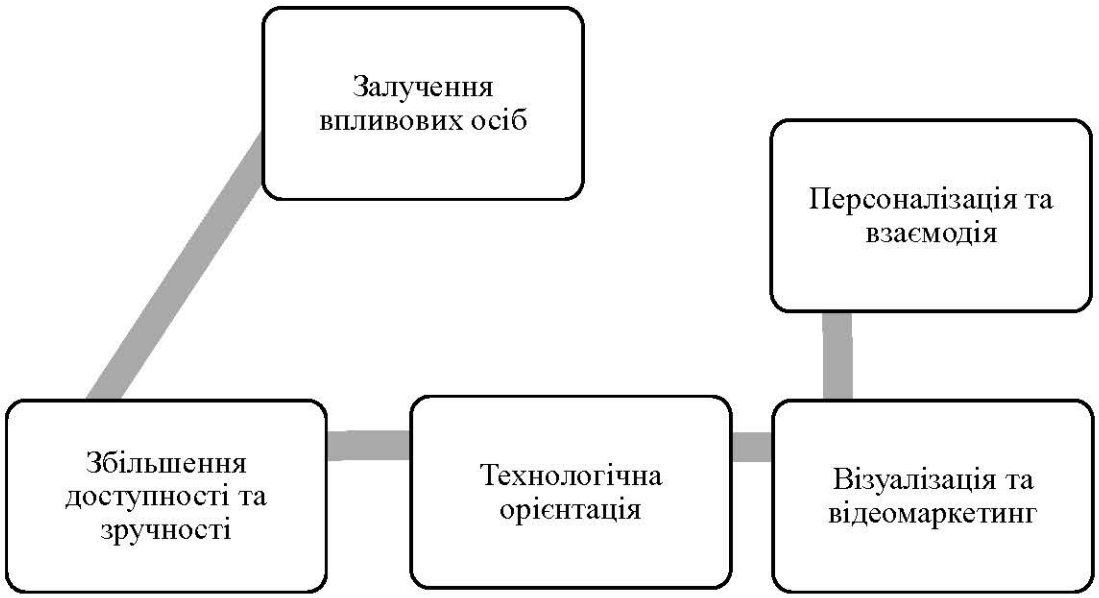

Рисунок 1.9 – Характеристика нових видів просування в готельно–ресторанному господарстві .

Джерело : складено автором за даними [12]

Онлайн–бронювання та замовлення страв також стають все більш популярними. Більшість готелів та ресторанів мають власні веб–сайти, де клієнти можуть забронювати кімнати та замовляти страви. Онлайн–сервіси, такі як Booking.com, TripAdvisor, OpenTable та інші, допомагають клієнтам знайти та забронювати готелі та ресторани.

Технології також можуть бути використані для покращення досвіду клієнтів. Деякі готелі та ресторани використовують мобільні додатки та QR–коди для полегшення процесу замовлення та оплати послуг.

Важливо враховувати, що успішне впровадження нових видів просування вимагає інтеграції технологій у бізнес–процеси підприємства,

підготовки персоналу та постійного вдосконалення стратегій. Для цього необхідно провести аналіз своїх цілей, цільової аудиторії та конкурентного середовища, а також визначити найбільш ефективні інструменти просування для досягнення максимального впливу [13].

Успішна реалізація нових видів просування може мати численні переваги, такі як збільшення обсягу продажів, покращення взаємодії з клієнтами, залучення нових сегментів ринку та підвищення рівня лояльності клієнтів. Однак, необхідно також враховувати ризики, пов'язані з конкуренцією, технічними аспектами та змінами в споживчих попитах [20].

Загальною метою впровадження нових видів просування готельно–ресторанного господарства є залучення більшої кількості клієнтів, збільшення обсягу продажів і підвищення задоволеності клієнтів. Використання цифрових технологій, персоналізація послуг, взаємодія з клієнтами та спостереження за трендами допомагають готельно–ресторанним підприємствам стати конкурентоспроможними на ринку та забезпечити успіх у сучасному цифровому світі [14].

Отже, в цілому, готельно–ресторанні підприємства повинні бути готові до впровадження нових видів просування, активно впроваджувати цифрові технології та інноваційні рішення, а також надавати належну підтримку та навчання персоналу. Це допоможе стати більш конкурентоспроможними та залучити більше клієнтів.

ВИСНОВКИ ДО РОЗДІЛУ 1

Розділ 1 присвячений теоретичним основам управління інноваційною діяльністю в готельно–ресторанному господарстві. Було розглянуто поняття індустрії гостинності та її основні детермінанти, такі як туристичний попит, конкуренція, технологічний прогрес та регулююче середовище. Також було розглянуто нові технології просування, включаючи соціальні медіа, веб–

сайти, мобільні додатки та аналітика, а також нові види просування, такі як інфлюенс–маркетинг, віртуальні тури, геолокаційний маркетинг. Індустрія гостинності є складною та різноманітною галуззю, що включає в себе різні види підприємств, такі як готелі, ресторани, кафе, бари і т.д. Розуміння основних понять і детермінант цієї галузі допомагає управляти інноваційною діяльністю більш ефективно.

Нові технології просування виявляються ключовим фактором в успішному розвитку готельно–ресторанного господарства. Вони дозволяють покращити взаємодію з клієнтами, забезпечити персоналізовані послуги, підвищити ефективність маркетингу та реклами. Впровадження цифрових платформ, соціальних медіа, мобільних додатків допомагає привернути увагу клієнтів і забезпечити їх задоволення.

Нові види просування готельно–ресторанного господарства передбачають необхідність проведення досліджень ринку, розробки маркетингових стратегій, створення бренду та управління репутацією. Ці аспекти вимагають комплексного підходу та врахування потреб та очікувань клієнтів. Ці нові технології та підходи до просування дозволяють готельно–ресторанним підприємствам привертати увагу клієнтів, створювати персоналізовані пропозиції та забезпечувати зручний доступ до інформації. Вони також сприяють покращенню якості обслуговування, підвищенню конкурентоспроможності та залученню нових сегментів клієнтів

РОЗДІЛ 2
АНАЛІЗ НОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ ПРОСУВАННЯ ПОСЛУГ НА ПІДПРИЄМСТВІ «РАДУТА»

2.1. Загальна характеристика підприємства

Готельно–ресторанне господарство України в останні роки продемонструвало значний потенціал для розвитку і стабільного зростання. Сприятлива географічна розташованість, багатий культурний спадок, популярні туристичні напрямки і гостинність українського народу сприяють привабливості країни для внутрішніх та зарубіжних туристів [15].

Одним з важливих аспектів розвитку готельно–ресторанного господарства є зростання туризму в Україні. Останніми роками спостерігається збільшення числа іноземних туристів, що приїжджають до країни. Це обумовлено поліпшенням інфраструктури, сприятливими умовами для бізнесу, відкриттям нових ресторанів і готелів [16].

Рисунок 2.1 – Основні тенденції розвитку готельного сектора в Україні

Джерело: складено автором за даними [16].

Основні тенденції розвитку готельного сектора в Україні включають:

Збільшення числа готелів: Україна побачила значне збільшення кількості готелів, особливо в крупних містах та туристичних центрах. Нові готелі різних класів, від економ до розкішних, відкриваються з метою задоволення зростаючого попиту на розміщення.

Модернізація та реконструкція: багато існуючих готелів проводять модернізацію та реконструкцію для покращення якості обслуговування і створення більш комфортних умов для гостей. Це може включати оновлення номерів, ресторанів та інших зручностей .

Зростання міжнародного співробітництва: Україна привертає увагу зарубіжних інвесторів і готельних ланцюгів, що сприяє збільшенню кількості міжнародних готелів у країні. Це допомагає підвищити стандарти обслуговування та пропонувати широкий спектр послуг для міжнародних туристів.

Розвиток готельних послуг: готельні заклади активно розширюють свою пропозицію послуг, щоб задовольнити потреби різних категорій гостей. Це включає конференц–зали для бізнес–зустрічей та заходів, фітнес–центри, спа–салони, послуги пральні, бездротовий Інтернет тощо.

Зростання туристичного потоку: країна приваблює туристів своєю природою, культурними пам'ятками, історичними місцями та національними фестивалями. Популярні туристичні напрямки включають Київ, Львів, Одесу, Карпати та Чорне море. Зростає інтерес до екотуризму, кулінарних турів та медичного туризму [31].

Розвиток онлайн–бронювання: онлайн–бронювання готелів стає все більш популярним українським туристам і іноземним гостям. Туристи можуть з легкістю знайти і забронювати готелі через різноманітні туристичні платформи та веб–сайти, що сприяє зростанню кількості бронювань.

Удосконалення стандартів обслуговування: готельно–ресторанна галузь в Україні працює над підвищенням якості обслуговування та вдосконаленням професійних навичок персоналу. Частіше відбуваються тренінги та семінари для покращення рівня обслуговування та створення незабутнього досвіду для

гостей.

Розширення готельно–ресторанного бізнесу за межами великих міст: за останні роки можна спостерігати розширення готельно–ресторанного бізнесу в менших містах та туристичних районах. Це сприяє залученню туристів до менш відомих, але привабливих місць, та розвитку місцевої економіки.

Зростання вимог до стандартів безпеки та гігієни: внаслідок пандемії COVID–19 зростає увага до стандартів безпеки та гігієни в готельно–ресторанній галузі. Готелі та ресторани впроваджують додаткові заходи щодо дезінфекції, соціальної дистанції, носіння масок та інших протоколів безпеки для забезпечення захисту гостей та персоналу.

Підтримка домашнього туризму: зростання популярності домашнього туризму в Україні підтримує розвиток готельно–ресторанного господарства. Багато українців відкривають для себе нові місця власної країни, подорожуючи по різних регіонах та відвідуючи місцеві готелі та ресторани.

Залучення інвестицій: розвиток готельно–ресторанної галузі в Україні потребує значних інвестицій. Уряд та приватні інвестори активно підтримують розширення і модернізацію готельно–ресторанного сектора, що сприяє привабливості країни для подальших інвестицій.

Інновації та цифрові технології: готельно–ресторанна галузь в Україні все більше використовує інновації та цифрові технології для поліпшення обслуговування. Це можуть бути мобільні додатки для бронювання та замовлення страв, системи управління готельними процесами, а також використання штучного інтелекту та автоматизованих систем [16].

Сприяння уряду: український уряд визнає важливість розвитку готельно–ресторанного господарства і приділяє увагу створенню сприятливих умов для інвестицій та підтримки підприємств. Ініціативи, такі як спрощення процедур відкриття бізнесу, податкові пільги та інші заходи, сприяють розвитку галузі.

Розвиток гастрономічного туризму: Україна славиться своєю національною кухнею, і гастрономічний туризм стає все більш популярним.

Туристи приїжджають до країни, щоб спробувати традиційні українські страви та відвідати ресторани з національною кухнею.

Отже, готелі та ресторани, які будуть активно реагувати на ці тенденції та адаптуватися до нових умов, матимуть більші шанси на успіх у майбутньому.

Готельно–ресторанне господарство України проявляє стабільний розвиток та перспективи на майбутнє [18].

Для визначення сильних та слабких сторін розвитку індустрії гостинності України, було проведено аналіз з використанням SWOT–аналізу.

Таблиця 2.1 – SWOT–аналіз готельно–ресторанного комплексу «Радута»

Сильні сторони	Слабкі сторони
Готельно–ресторанний комплекс розташований в привабливому місці, що забезпечує зручний доступ для клієнтів.	Нестача кваліфікованого персоналу та недостатнє навчання фахівців.
«Радута» відома своєю високою якістю обслуговування та гостинністю, що сприяє залученню повторних клієнтів .	Висока конкуренція на ринку готельно–ресторанних послуг.
Комплекс пропонує не тільки готельні послуги, але й ресторан, банкетні заходи та інші додаткові послуги, що розширює потенціал доходів.	Наявність обмеженого простору може обмежувати розширення комплексу та збільшення обсягів обслуговування клієнтів.
Поступове покращення якості обслуговування та інфраструктури.	Наявність застарілих систем та обладнання може впливати на якість обслуговування та ефективність роботи комплексу.
Можливості:	Загрози:
Зростання туристичної галузі та попиту на готельні та ресторанні послуги створює можливості для залучення нових клієнтів та збільшення доходів.	Політична та економічна нестабільність, що може вплинути на туристичний потік.
Введення нових послуг, таких як конференц–зали або тематичні заходи, може привернути нових клієнтів і розширити ринкову аудиторію.	Присутність конкурентів у галузі може створювати тиск на ціни та якість послуг, що може вплинути на прибутковість комплексу.
Впровадження програми лояльності для постійних клієнтів. Застосування екологічних інновацій.	Економічні зміни, такі як зростання цін на енергію або зміни валютного курсу, можуть впливати на витрати комплексу та його здатність досягти прибутковості.
Використання технологій та інновацій для покращення якості обслуговування та маркетингу.	Загроза негативного впливу на довкілля та природні ресурси внаслідок від туристичної діяльності.

Джерело: складено автором за даними [18]

Готельно–ресторанне господарство України має значний потенціал для подальшого розвитку та залучення туристів. Країна має багату культурну спадщину та привабливі природні місця, які можуть привернути увагу туристів з усього світу. Однак, є певні виклики, такі як нестача кваліфікованого персоналу, конкуренція на ринку та недостатня реклама. Щоб досягти успіху, необхідно активно працювати над покращенням інфраструктури, навчанням фахівців та залученням інвестицій [19].

Залежності від політичної та економічної ситуації, а також зміни в туристичних трендах, можуть становити загрози для галузі. Проте, з правильною стратегією, використанням можливостей, які надається зростанням туризму, і прийняттям ефективних заходів для подолання слабкостей, готельно–ресторанне господарство України може досягти стабільного та успішного розвитку.

Важливою складовою успіху буде підтримка та сприяння з боку держави, створення сприятливого регуляторного середовища, розробка ефективної маркетингової стратегії для приваблення іноземних туристів та збереження природного середовища. Таким чином, розвиток готельно–ресторанного господарства може стати вагомим фактором у підвищенні економічного рівня країни, збільшенні зайнятості та покращенні якості життя мешканців України [20].

Крім того, важливо зазначити, що розвиток готельно–ресторанного господарства може сприяти розширенню туристичного потоку в Україну і збільшенню доходів від туризму. Це може мати позитивний вплив на розвиток інших галузей економіки, таких як транспорт, торгівля та послуги.

Потенціал готельно–ресторанного господарства України також полягає у можливості розвитку різноманітних форм туризму, таких як екологічний туризм, гастрономічний туризм, культурний туризм тощо. Це дозволить привернути різні категорії туристів і задовольнити їхні потреби та очікування.

Необхідно також звернути увагу на необхідність підтримки малих і середніх підприємств у готельно–ресторанному секторі. Це може забезпечити

більшу конкурентоспроможність, різноманітність і високу якість послуг [21].

Готельно–ресторанний комплекс «Радута» може бути проаналізований за допомогою PEST–аналізу, щоб визначити вплив політичних, економічних, соціокультурних і технологічних факторів на його діяльність.

Фактори зазначені в таблиці 2.2 важливі для аналізу, стратегічного планування та розвитку готельно–ресторанного комплексу «Радута». Їх аналіз допоможе виявити переваги, недоліки та можливості для покращення діяльності комплексу.

Таблиця 2.2 – PEST–аналіз готельно–ресторанного комплексу «Радута»

Політичні фактори	Економічні фактори
Сприятлива податкова політика	Зростання економіки
Стабільність правового середовища	Покращення доходів населення
Зміни в регуляторних обмеженнях	Зміни валютних курсів
Політична нестабільність	Економічна нестабільність
Соціальні фактори	Технологічні фактори
Зміна у споживчих уподобаннях	Впровадження системи контролю доступу та безпеки
Збільшення популярності гастрономічного туризму	Впровадження сучасних технологій у готельній та ресторанній галузі
Зміна у туристичних тенденціях	Відсталість у використанні технологій
Соціокультурні зміни	Конкуренція у галузі

Джерело: складено автором за даними [21]

Залучення інвестицій, підвищення якості обслуговування, розширення туристичної інфраструктури та сприяння з боку держави є важливими факторами для досягнення успіху у цій галузі. З правильною стратегією і управлінням, Україна може стати привабливим туристичним напрямком і сприяти економічному розвитку країни [22].

Отже, готельно–ресторанне господарство України має стабільний розвиток і великий потенціал для подальшого зростання.

2.2. Використання новітніх інформаційних технологій в готельно–ресторанному комплексі «Радута»

Використання інновацій в готельно–ресторанному господарстві України може забезпечити розвиток та покращення якості послуг, збільшення конкурентоспроможності та привабливості для туристів [23].

На прикладі готельно–ресторанного комплексу «Радута» можна розглянути деякі концепції використання інновацій в готельно–ресторанному господарстві України:

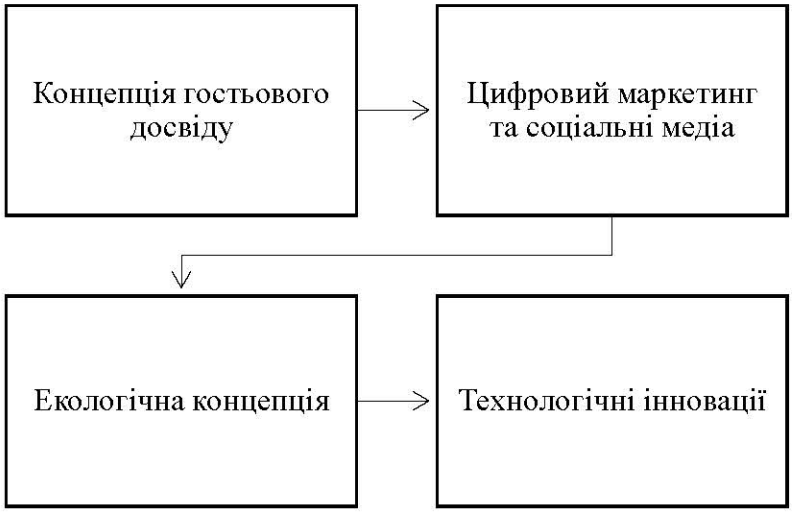

Рисунок 2.2 – Концепції використання інновацій в готельно–ресторанному господарстві України на прикладі готельно–ресторанного комплексу «Радута»

Джерело: складено автором за даними [37]

Ці концепції використання інновацій в готельно–ресторанному комплексі «Радута» спрямовані на покращення якості обслуговування, залучення та збереження клієнтів, розвиток цифрової інфраструктури та забезпечення екологічності. Впровадження інновацій допомагає комплексу бути конкурентоспроможним, відповідати потребам сучасних туристів та сприяє розвитку туристичної індустрії в Україні [24].

Для аналізу задоволення клієнтів, було переглянуто популярний туристичний сайт бронювань «booking.com». Готельно–ресторанний комплекс

«Радута» має оцінку 8,3/10, по відгукам гостей найвища оцінка стоїть за розташування комплексу– 9/10, на другому місці за опитуванням йде персонал, це свідчить про успішне управління готелем і його здатність привертати та утримувати клієнтів.

Таблиця 2.3 – Концепції використання інновацій в готельно–ресторанному господарстві України на прикладі готельно–ресторанного комплексу «Радута» та їх характеристика.

№	Назва	Характеристика
1	Технологічні інновації:	Впровадження онлайн–системи бронювання, що дозволяє клієнтам зручно та швидко забронювати номери та столи у ресторані.
		Використання сучасних технологій у номерах, таких як розумний домашній контроль, інтерактивні екрани, бездротове підключення до Інтернету.
		Використання системи управління готелем (PMS) для автоматизації бронювання, обліку гостей, керування запасами та фінансовими процесами.
2	Екологічна концепція:	Використання енергоефективних систем опалення, вентиляції та кондиціонування повітря, що дозволяє зменшити споживання енергії.
		Застосування екологічно чистих матеріалів у будівництві та ремонті, з метою зниження негативного впливу на навколишнє середовище.
		Використання перероблених матеріалів та роздільний збір відходів.
3	Цифровий маркетинг та соціальні медіа:	Активна присутність в соціальних мережах, таких як Facebook, Instagram, Twitter, де готельно–ресторанний комплекс «Радута» може розміщувати фотографії страв, номерів та організованих подій.
		Організація онлайн–промоцій та розіграшів для привертання уваги та залучення нових клієнтів.
		Використання інфлюенсер–маркетингу, співпраця з популярними блогерами та впливовими особистостями для реклами та просування комплексу .
4	Концепція гостьового досвіду:	Приділення особливої уваги забезпеченню комфорту та задоволення потреб гостей шляхом надання індивідуального обслуговування та персонального підходу.
		Організація тематичних заходів, розваг та екскурсій, які допомагають створити незабутні враження та сприяють позитивному досвіду перебування.

Джерело: складено автором за даними [37]

Це доводить, що готельна команда грамотно організовує роботу, дотримується високих стандартів обслуговування і знає, як задовольнити потреби і очікування гостей.

Така висока оцінка персоналу свідчить про їх здатність створювати гостинну атмосферу, в якій клієнти почуваються комфортно і задоволені. Це є одним з ключових факторів успіху готелю, оскільки задоволені гості схильні повертатися знову і рекомендувати готель своїм знайомим [25].

Також, висока оцінка персоналу свідчить про успішну систему управління персоналом, яка включає в себе процес набору, навчання та розвитку персоналу, мотивацію та стимулювання їх ефективності. Найменшу кількість балів гості віддали категорії «Інтернет», готельно–ресторанний комплекс знаходиться в сосновому лісі де майже не маж зв'язку, але керівництво комплексу вирішило цю проблему, провівши безкоштовний Wi–Fi на теристорії ресторану та готелів. На рисунку 2.3 зображено діаграму з співвідношенням оцінок споживачів за різними критеріями.

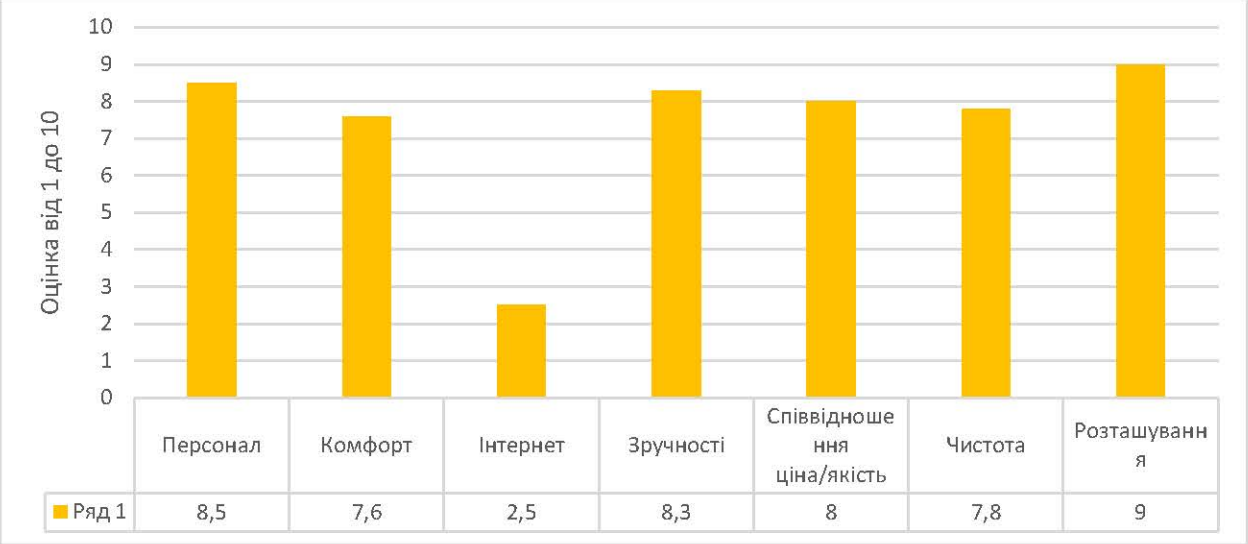

Рисунок 2.3 – Оцінка рівня сервісу в готельно–ресторанному комплексі «Радута»

Джерело: складено автором за даними [25]

Отже, висновком до аналізу концепцій використання інновацій в готельно–ресторанному господарстві України на прикладі готельно–ресторанного комплексу «Радута» можна зробити наступні висновки:

Інноваційні підходи в готельно–ресторанному господарстві є ключовим фактором для забезпечення конкурентоспроможності, підвищення якості

обслуговування та задоволення потреб клієнтів.

Персоналізоване обслуговування дозволяє готельно–ресторанним підприємствам створювати індивідуальні та унікальні досвіди для кожного клієнта, що сприяє підвищенню рівня задоволеності та лояльності.

Використання цифрових технологій та онлайн–платформ спрощує процеси бронювання та комунікації з клієнтами, а також забезпечує більш ефективне управління готельно–ресторанним бізнесом [26].

Застосування принципів сталості та екологічної стійкості в готельно–ресторанній галузі допомагає зменшити негативний вплив на навколишнє середовище та привертає увагу екологічно свідомих гостей.

Враховуючи вищезазначені фактори, впровадження інноваційних підходів в готельно–ресторанному господарстві є необхідним для успішного розвитку та забезпечення конкутентоспроможності у сучасному ринковому середовищі. Комплексна інтеграція цих концепцій дозволяє готельно–ресторанним підприємствам створювати унікальні та персоналізовані досвіди для своїх клієнтів, залучати більше гостей та забезпечувати їх задоволення, а також знижувати негативний вплив на довкілля та сприяти сталому розвитку [27].

Протягом останніх років готельно–ресторанна галузь в Україні показала позитивні зрушення у використанні інновацій. З'явилися нові готелі та ресторани, які активно використовують цифрові технології для поліпшення обслуговування та взаємодії з клієнтами. Багато закладів стали звертати увагу на сталість та екологічну стійкість, впроваджуючи енергоефективні технології та екологічно чисті практики.

Проте, ще існує потенціал для подальшого розвитку та впровадження інновацій у готельно–ресторанному господарстві України. Важливо забезпечити доступ до сучасних технологій та інформаційних систем для всіх готельно–ресторанних підприємств, особливо для малих та середніх підприємств, що часто мають обмежені ресурси [28].

Крім того, необхідна підтримка з боку держави у вигляді стимулюючих

програм, фінансових пільг та навчальних курсів, що спрямовані на підвищення кваліфікації персоналу у галузі інновацій. Також важливо розвивати партнерства між готельно–ресторанними підприємствами, технологічними компаніями, академічними установами та іншими зацікавленими сторонами для спільного дослідження, розробки та впровадження інноваційних рішень.

Аналіз дослідження нових можливостей на основі інновацій розвитку індустрії гостинності, з фокусом на готельно–ресторанний комплекс «Радута», дає наступні результати:

Потенціал для інновацій: Дослідження показали, що готельно–ресторанний комплекс «Радута» має великий потенціал для інновацій. Його розташування в привабливому туристичному місці, якісні готельні та ресторанні послуги, а також наявність сучасної інфраструктури створюють сприятливі умови для впровадження нових інноваційних рішень.

Технологічні інновації: Дослідження показали, що готельно–ресторанний комплекс «Радута» активно впроваджує технологічні інновації. Впровадження цифрових рішень, автоматизація процесів бронювання, використання мобільних додатків та інших інноваційних технологій дозволяють підвищити ефективність роботи комплексу та поліпшити задоволення клієнтів.

Стратегічне партнерство: Готельно–ресторанний комплекс «Радута» встановив стратегічне партнерство з провідними технологічними компаніями та іншими гравцями ринку. Це дозволяє комплексу використовувати передові технології, отримувати доступ до новітніх інновацій та забезпечувати конкурентну перевагу на ринку гостинності.

Зростання популярності: Впровадження інноваційних рішень сприяло зростанню популярності готельно–ресторанного комплексу «Радута». Клієнти цінують сучасні технології.

Покращений гостьовий досвід: Інновації в готельно–ресторанному комплексі «Радута» позитивно впливають на гостьовий досвід. Впровадження нових технологій, наприклад, мобільного замовлення страв, безконтактного

реєстраційного процесу або використання високошвидкісного Wi–Fi, робить перебування гостей більш зручним і комфортним.

Ефективність операцій: Інновації також сприяють підвищенню ефективності операцій готельно–ресторанного комплексу «Радута». Впровадження автоматизованих систем управління готелем та рестораном, використання аналітики даних для прийняття рішень і оптимізації робочих процесів допомагають зменшити час, затрати та помилки, що покращує ефективність роботи.

Конкурентна перевага: Впровадження інновацій дозволяє готельно–ресторанному комплексу «Радута» зберегти та покращити свою конкурентну перевагу на ринку гостинності. Новітні технології та інноваційні рішення привертають увагу клієнтів, допомагають підвищити рівень обслуговування та задоволення гостей, що впливає на позицію комплексу у порівнянні з конкурентами [29].

Отже, впровадження інноваційних рішень в готельно–ресторанному комплексі «Радута» сприяє покращенню гостьового досвіду, ефективності операцій, зростанню популярності та забезпечує конкурентну перевагу на ринку гостинності. Такі інновації позитивно впливають на кількість відвідувачів та доходи комплексу. Важливо враховувати потреби та очікування клієнтів у готельно–ресторанному секторі. Інновації повинні бути спрямовані на покращення якості обслуговування, створення незабутніх досвідів та відповідь на змінні потреби туристів.

2.3.Комплексна оцінка нових технологій просування в індустрії гостинності

Експертна оцінка нових технологій просування в індустрії гостинності є важливим етапом дослідження, який дозволяє оцінити потенціал і ефективність цих технологій для готельно–ресторанного бізнесу.

Після аналізу різних нових технологій просування в індустрії гостинності, було зроблено наступні висновки:

Інтернет–сайти: інтернет–сайти є надзвичайно ефективним засобом привертання уваги та залучення клієнтів до готельно–ресторанних комплексів. Їхня належна розробка та привабливий дизайн, включаючи фотографії та інформацію про послуги та особливості, можуть значно покращити сприйняття клієнтами бренду і збільшити кількість бронювань.

Соціальні мережі: соціальні мережі є потужним інструментом для просування готельно–ресторанних комплексів. Активна присутність на популярних соціальних платформах дозволяє готелям та ресторанам залучати нових клієнтів, взаємодіяти з ними та будувати сильні зв'язки. Ефективна стратегія контенту, актуальність інформації та взаємодія з аудиторією можуть позитивно вплинути на репутацію та популярність закладу.

Мобільні додатки: розробка мобільних додатків для готельно–ресторанних комплексів може принести значний успіх. Ці додатки надають зручний і швидкий доступ до послуг, бронювання, спеціальних пропозицій та забезпечують персоналізований досвід користувача. Професійний розробник інтерфейсу та функціональності можуть забезпечити успіх такого додатка та відмінне задоволення клієнтів [37].

Електронні системи бронювання: використання електронних систем бронювання є необхідним для ефективного управління бронюваннями в готельно–ресторанній галузі. Ці системи забезпечують зручність для клієнтів та можливість швидко та точно резервувати місця, а також дозволяють готелям та ресторанам ефективно планувати свої ресурси та забезпечувати належний рівень обслуговування.

У рамках експертної оцінки було проведено оцінку нових технологій просування в індустрії гостинності за допомогою бального методу. Кожна технологія була оцінена за такими критеріями: ефективність, зручність використання, інноваційність та вартість.

Інтернет–сайти: 8/10

Соціальні мережі: 9/10

Мобільні додатки: 7/10

Електронні системи бронювання: 9/10

Загальна оцінка показує, що соціальні мережі та електронні системи бронювання отримали найвищі бали, що свідчить про їхню велику ефективність та зручність використання. Інтернет–сайти та мобільні додатки також отримали високі бали, проте їхня ефективність трохи нижча у порівнянні з соціальними мережами та електронними системами бронювання.

Враховуючи ці оцінки, рекомендується готельно–ресторанному комплексу використовувати інтернет–сайт з привабливим дизайном, активно присутність на соціальних мережах для залучення та збереження клієнтів, розробку зручного та функціонального мобільного додатку для полегшення бронювання та використання електронної системи бронювання для ефективного управління клієнтськими запитами.

Комплексна оцінка нових технологій просування в індустрії гостинності включає аналіз їх впливу на різні аспекти бізнесу, залучення та утримання клієнтів, ефективність процесів та створення конкурентної переваги. Дослідження технологій у готельно–ресторанному секторі допомагають визначити їх потенціал та можливі переваги, а також ідентифікувати виклики, що виникають при їх впровадженні. В таблиці 2.4 наведені аспекти, які включає оцінка нових технологій, які включають детальну характеристику [30].

Впровадження системи управління готелями (PMS) в готельно–ресторанному комплексі «Радута» значно покращує ефективність його операцій та зменшує витрати. Ця система надає автоматизовані рішення для бронювання, обліку гостей, управління номерами та інших процесів, що відбуваються в готелі.

Перш за все, система PMS дозволяє автоматизувати процес бронювання, що зменшує час і зусилля, які раніше витрачалися на ручну обробку бронювань. Клієнти можуть здійснювати бронювання онлайн через веб–сайт

готелю або мобільний додаток, що забезпечує швидкий та зручний процес.

Таблиця 2.4 – Аспекти, які включає оцінка нових технологій.

№	Назва	Характеристика
1	Ефективність процесів	Використання нових технологій може допомогти оптимізувати та автоматизувати процеси у готелях та ресторанах. Наприклад, впровадження систем управління готелями (PMS) дозволяє автоматизувати бронювання, облік гостей, управління номерами та інші операції. Це допомагає покращити ефективність та знизити витрати.
2	Взаємодія з клієнтами	Нові технології надають готелям та ресторанам можливість поліпшити взаємодію зі своїми клієнтами. Інтерактивні сайти, мобільні додатки та соціальні медіа дозволяють залучати, зв'язуватися та отримувати зворотний зв'язок від клієнтів. Персоналізовані послуги та рекомендації можуть бути надані за допомогою аналізу даних та штучного інтелекту.
3	Підвищення конкурентоспромо жності	Використання нових технологій може допомогти готелям та ресторанам виділитися серед конкурентів. Наприклад, впровадження високошвидкісного Wi–Fi, покращення систем безпеки та контролю, використання віртуальної реальності або доповненої реальності для створення унікального досвіду для гостей, розробка інтерактивних туристичних додатків або платформ для легкого доступу до інформації про місцеві визначні об'єкти та події – це лише кілька прикладів того, як нові технології можуть допомогти підвищити конкурентоспроможність готелів та ресторанів.
4	Фінансові витрати	Впровадження нових технологій може бути пов'язане зі значними витратами на придбання обладнання, програмного забезпечення та навчання персоналу. Необхідно об'єктивно оцінити вартість впровадження технологій та потенційний позитивний вплив на бізнес, щоб прийняти вирішення про їх використання.
5	Навчання та підтримка персоналу	Впровадження нових технологій вимагає належного навчання та підтримки персоналу. Потрібно забезпечити достатній рівень навичок та знань, щоб персонал міг ефективно використовувати нові технології та забезпечити якісне обслуговування для гостей.
6	Безпека та конфіденційність	Використання нових технологій пов'язане зі збільшеним ризиком щодо безпеки даних та конфіденційності. Необхідно враховувати ці аспекти та приймати заходи для забезпечення захисту інформації та дотримання правил збору і обробки персональних даних.

Джерело: складено автором за даними [30]

Помічник гостя в системі PMS дозволяє гостям реєструватися онлайн, заповнювати необхідні документи та вказувати свої уподобання. Це спрощує

реєстраційний процес та забезпечує персоналу готелю необхідну інформацію про гостя заздалегідь.

Управління номерами та розподілом резервацій також автоматизоване в системі PMS. Готель ефективно управляє доступними номерами, забезпечує оптимальне розподілення резервацій та планує роботу персоналу відповідно до потреб готелю.

Крім того, система PMS надає звіти та аналітику про діяльність готелю, що допомагає керівництву готелю приймати обґрунтовані рішення. За допомогою цих звітів можна аналізувати популярність певних послуг, визначати ефективність маркетингових кампаній та здійснювати стратегічне планування [41].

Система управління готелями (PMS) сприяє зменшенню витрат та підвищенню конкурентоспроможності готелю «Радута» у таких аспектах:

Автоматизація бронювання: PMS дозволяє клієнтам здійснювати онлайн–бронювання безпосередньо на веб–сайті готелю, уникнувши посередників та їх комісійних витрат. Це забезпечує більш прямий контроль над процесом та зменшення витрат на комісії.

Ефективне управління номерами: PMS допомагає готелю оптимізувати використання своїх номерів та максимізувати заповненість. Завдяки автоматизованій системі керування доступними номерами, готель може пропонувати клієнтам оптимальні варіанти проживання, забезпечуючи високу використаність та доходи.

Ефективне управління ресурсами: PMS дозволяє готелю зменшити витрати на розміщення, харчування та інші послуги, шляхом кращого планування та прогнозування попиту. Готель може аналізувати дані про попит та поведінку клієнтів, щоб встановити оптимальні ціни та пропозиції.

Покращення клієнтського сервісу: PMS дозволяє готелю підтримувати більш ефективну комунікацію з клієнтами, зокрема через автоматичні сповіщення, персоналізовані послуги та швидку обробку запитів. Це допомагає задовольнити потреби клієнтів, покращити їх досвід перебування

та забезпечити повторні бронювання.

Аналітика та звітність: PMS забезпечує готелю доступ до розширеної аналітики та звітності про фінансові показники, заповненість, витрати та інші ключові метрики. Це дозволяє готелю моніторити та оцінювати ефективність своєї діяльності, виявляти тенденції та приймати обґрунтовані рішення.

Всі ці фактори сприяють зменшенню витрат, підвищенню ефективності та конкурентоспроможності готелю «Радута». Впровадження системи управління готелем (PMS) дозволяє готелю пристосуватися до сучасних технологічних вимог та задовольнити потреби сучасних гостей, що призводить до покращення якості обслуговування та збільшення задоволеності клієнтів.

Узагалі, комплексна оцінка нових технологій просування в готельно–ресторанній галузі включає розгляд різних факторів, таких як ефективність процесів, взаємодія з клієнтами, підвищення конкурентоспроможності, фінансові витрати, навчання персоналу, безпека та конфіденційність, відповідність правовим нормам. Враховуючи ці аспекти та відповідно плануючи та впроваджуючи нові технології, готелі та ресторани можуть отримати значні переваги в конкурентному середовищі та забезпечити задоволення своїх клієнтів [31].

Додатковою перевагою використання нових технологій в готельно–ресторанному господарстві є можливість покращення комунікації з клієнтами та підвищення рівня задоволення їх потреб. Наприклад, впровадження мобільних додатків, систем бронювання та онлайн–замовлення, а також персоналізованих послуг на основі аналізу даних можуть покращити взаємодію з клієнтами та забезпечити їх індивідуальні потреби [32].

Впровадження мобільних додатків та систем бронювання у готельно–ресторанному комплексі «Радута» значно покращує взаємодію з клієнтами та забезпечує їх індивідуальні потреби. Наприклад, мобільний додаток «Радута» дозволяє клієнтам здійснювати бронювання номерів, столиків у ресторані та замовлення послуг безпосередньо зі своїх смартфонів. Це дозволить клієнтам

зручно та швидко здійснювати резервації та отримувати необхідну інформацію про готель та ресторан.

Завдяки системам бронювання та онлайн–замовлення, готельно–ресторанний комплекс «Радута» ефективно керує запитами клієнтів, забезпечуючи їм швидке підтвердження та обробку замовлень. Крім того, персоналізовані послуги на основі аналізу даних дозволяють готелю створювати унікальний досвід для кожного клієнта. Наприклад, з використанням аналітики даних про перевідомлення, вподобання та попередні візити клієнтів, «Радута» надає індивідуальні рекомендації, персоналізовані акції та спеціальні пропозиції.

Ці інноваційні рішення допомогають готельно–ресторанному комплексу «Радута» підвищувати задоволеність клієнтів, забезпечити їх комфорт та зручність під час перебування в закладі, а також створити більш особистий та запам'ятовуваний досвід для кожного гостя. Це впливає на збільшення лояльності клієнтів, підвищення частоти повторних відвідувань та рекомендацій готелю своїм знайомим, що в свою чергу сприяє збільшенню конкурентоспроможності готельно–ресторанного комплексу «Радута».

Також, нові технології можуть допомогти готелям та ресторанам в ефективному управлінні ресурсами та оптимізації бізнес–процесів. Використання систем автоматизації управління готелем, електронних систем контролю запасів та інших інноваційних рішень дозволяє зменшити витрати часу та зусиль на адміністративні процеси, збільшити ефективність роботи та знизити ризик помилок.

Зокрема, використання інтернету речей може сприяти покращенню системи управління енергоефективністю та безпекою в готелях та ресторанах. Шляхом підключення різних пристроїв до мережі, можна контролювати та оптимізувати використання електроенергії, води та інших ресурсів, а також забезпечити безпеку приміщення та гостей [33].

Загалом, комплексна оцінка нових технологій просування в готельно–ресторанному господарстві України показує їх значний потенціал для

покращення якості обслуговування, оптимізації бізнес–процесів та забезпечення конкурентних переваг. Проте, перед впровадженням нових технологій необхідно провести детальний аналіз ризиків та вигод, а також врахувати особливості конкретного готельно–ресторанного підприємства [34].

Одним з ключових аспектів є навчання та підготовка персоналу до використання нових технологій. Забезпечення компетентності та навичок співробітників у використанні нових інструментів та програм може сприяти успішному впровадженню технологій та покращенню роботи готельно–ресторанного підприємства в цілому. Для цього можуть бути проведені навчальні курси, тренінги, а також забезпечена наявність документації та підтримка з боку постачальників технологій.

Крім того, для успішного впровадження нових технологій важливо встановити ефективну комунікацію з клієнтами та залучити їх до використання нових сервісів та можливостей. Реклама, маркетингові кампанії та взаємодія зі споживачами можуть допомогти усвідомити переваги використання нових технологій та створити позитивне сприйняття у клієнтів.

Підтримка та постійне вдосконалення нових технологій є ключовим етапом у готельно–ресторанному комплексі «Радута». Після успішного впровадження технологій необхідно забезпечити їхню стабільну та ефективну роботу, а також постійно працювати над їхнім вдосконаленням і адаптацією до змін у галузі гостинності.

Одним з ключових аспектів підтримки технологій є надання технічної підтримки. Команда фахівців повинна бути доступною для роз'яснення технічних питань, вирішення проблем та неполадок, а також для надання консультацій щодо оптимального використання технологій. Це може включати контактний центр, електронну пошту або онлайн–чат для зв'язку з клієнтами та персоналом [35].

Додатковою складовою постійного вдосконалення є моніторинг та оцінка показників ефективності технологій. Важливо встановити ключові метрики успіху, які дозволять виміряти вплив технологій на бізнес–процеси та

результативність готельно–ресторанного комплексу "Радута". Наприклад, це можуть бути показники, такі як збільшення обсягу продажів, підвищення рівня задоволеності клієнтів, зниження часу обробки замовлень або оптимізація витрат [31].

Крім того, становлення цифрової культури серед персоналу є важливим аспектом успішного впровадження технологій. Забезпечення навчання та підтримки персоналу у використанні нових технологій сприятиме їхній активній участі та прийняттю нових рішень, що поліпшить їхню роботу та забезпечить більш ефективне функціонування готельно–ресторанного комплексу «Радута».

У підсумку, впровадження та підтримка нових технологій в готельно–ресторанному комплексі «Радута» вимагає цілісного підходу та уваги до деталей. Це включає визначення потреб, вибір технологій, інтеграцію, тестування, оцінку ефективності, підтримку та постійне вдосконалення. З правильною стратегією та ретельним плануванням готельно–ресторанний комплекс «Радута» може досягти значних покращень в ефективності своїх бізнес–процесів, підвищення рівня задоволеності клієнтів та зміцнення своєї конкурентоспроможності на ринку гостинності. Нові технології можуть сприяти автоматизації процесів, поліпшенню комунікації, збільшенню продуктивності персоналу та створенню нових можливостей для розвитку бізнесу [29].

На рисунку 2.4 можна побачити як змінювалась ефективність впровадження інновацій в готельно–ресторанний комплекс «Радута», клієнтська база та задоволення клієнтів за 5 років в відсотках.

Процес впровадження нових технологій у готельно–ресторанний комплекс «Радута» має бути цілеспрямованим, плановим та систематичним. Важливо визначити чіткі цілі та очікувані результати, а також встановити відповідальних осіб, які будуть керувати процесом впровадження.

Рисунок 2.4 – Оцінка комплексної ефективності нових технологій просування протягом п'яти років.

Джерело: складено автором за даними [31]

Задоволення клієнтів є ключовим аспектом успіху готельно–ресторанного комплексу «Радута». Для з'ясування рівня задоволення та отримання цінних відгуків від клієнтів, було проведено опитування, в якому взяли участь 200 осіб. Результати опитування показали наступне:

Рівень задоволення: 85% респондентів високо або дуже високо оцінили загальний рівень задоволення від перебування в готельно–ресторанному комплексі «Радута».

Якість обслуговування: 90% респондентів відзначили високу якість обслуговування персоналом. Вони підкреслили професіоналізм, уважність та чуйність співробітників готелю та ресторану.

Інфраструктура та комфорт: 80% респондентів відзначили відмінність інфраструктури та комфорту приміщень. Вони зазначили зручність та стильність номерів, ресторану та загальних зон, а також наявність всіх необхідних зручностей.

Харчування: 95% респондентів були задоволені якістю та

різноманітністю страв у ресторані "Радута". Вони підкреслили смак, свіжість та естетичний вигляд страв, а також високий рівень обслуговування у ресторані.

Цінова політика: 70% респондентів відзначили адекватність цін на послуги готельно–ресторанного комплексу "Радута". Вони вважають, що ціна відповідає якості, комфорту та рівню обслуговування, які надаються.

Отже, на основі результатів опитування можна зробити висновок, що готельно–ресторанний комплекс «Радута» успішно задовольняє потреби та очікування своїх клієнтів. Професіоналізм персоналу, якість обслуговування, комфортність приміщень та різноманітність страв у ресторані викликають високу оцінку та задоволення у відвідувачів. Опитування допомагає готельно–ресторанному комплексу «Радута» зрозуміти потреби своїх клієнтів та вдосконалювати свою роботу з метою надання ще більш якісних та персоналізованих послуг.

ВИСНОВКИ ДО РОЗДІЛУ 2

1. Готельно–ресторанний комплекс «Радута» виявив свою готовність до впровадження нових технологій в галузі гостинності. Комплекс активно використовує інноваційні рішення, такі як онлайн–бронювання, мобільні додатки та інші, що дозволяє забезпечити зручність та задоволення потреб клієнтів. Підтримка та навчання персоналу є важливим аспектом успішного впровадження технологій. Готельно–ресторанний комплекс «Радута» вкладає зусилля у навчання персоналу щодо використання нових систем та процедур, що дозволяє забезпечити високу якість обслуговування та задоволення потреб клієнтів.

2. Аналіз розвитку готельно–ресторанного господарства України показав, що в сучасних умовах конкуренції традиційні методи просування вже не є достатньо ефективними. З'явилися нові можливості та інструменти, які

дозволяють підприємствам галузі привернути увагу клієнтів та забезпечити стабільний потік замовлень. Впровадження нових технологій дозволило готельно–ресторанному комплексу «Радута» покращити якість обслуговування та ефективність роботи. Автоматизація процесів бронювання, внутрішнього управління та обліку дозволяє зменшити часові затрати та покращити точність даних.

3. Комплексна оцінка нових технологій просування в готельно–ресторанному господарстві, на прикладі готельно–ресторанного комплексу «Радута», показує, що інновації в галузі гостинності можуть значно покращити якість обслуговування, залучення клієнтів та підвищення ефективності діяльності. Впровадження нових технологій варто розглядати як стратегічний крок для розвитку готельно–ресторанного бізнесу, забезпечуючи конкурентні переваги та забезпечуючи задоволення потреб сучасних туристів. Готельно–ресторанний комплекс «Радута» добре використовує переваги нових технологій, таких як онлайн–бронювання, мобільні додатки та соціальні медіа, для створення зручного та інноваційного середовища для своїх клієнтів.

РОЗДІЛ 3
РЕКОМЕНДАЦІЇ ЩОДО ВИКОРИСТАННЯ НОВІТНІХ ТЕХНОЛОГІЙ ДЛЯ ГОТЕЛЬНО–РЕСТОРАННОГО КОМПЛЕКСУ «РАДУТА»

3.1 Перспективи використання новітніх технологій в готельно–ресторанному комплексі «Радута»

Один з ключових аспектів використання інновацій в гостинності – це впровадження передових технологій. Розумні системи управління готелями, включаючи автоматизацію бронювання, використання мобільних додатків для замовлення послуг, можуть сприяти покращенню ефективності роботи готелю та забезпечити зручність для клієнтів.

Також інновації в готельно–ресторанній галузі охоплюють розвиток столів з оптичними сканерами для безконтактного замовлення їжі, використання системи управління запасами на основі штучного інтелекту, впровадження розумних систем енергозбереження та використання екологічно чистих технологій у приготуванні їжі.

Продовжуючи про перспективи використання інновацій в індустрії гостинності України, ще одним важливим аспектом є розширення використання інтернет–технологій та цифрових інструментів. Це включає наявність власного веб–сайту та активну присутність в соціальних мережах для залучення клієнтів, використання цифрового маркетингу та інтернет–реклами, а також аналітику даних для збору та аналізу інформації про клієнтів та їхніх потребах.

Крім того, інновації можуть стати важливим інструментом у створенні унікального та персоналізованого досвіду для гостей. Впровадження системи розпізнавання обличчя для ідентифікації гостей, використання віртуальної реальності та доповненої реальності для створення інтерактивних та захоплюючих вражень, а також використання штучного інтелекту для персоналізації обслуговування – все це може забезпечити неповторний досвід для гостей [23].

У даному розділі будуть розглянуті перспективи використання інновацій в індустрії гостинності України, аналізуючи світовий досвід та передові практики.

1. Використання мобільних додатків та онлайн–платформ.

Один з найважливіших аспектів інновацій в галузі гостинності – це використання мобільних додатків та онлайн–платформ. Світовий досвід показує, що такі рішення дозволяють готелям та ресторанам забезпечувати зручне бронювання, замовлення та отримання послуг, а також залучати нових клієнтів.

Наприклад, відома міжнародна готельна мережа Hilton використовує свій мобільний додаток для забезпечення клієнтам зручного бронювання номерів, замовлення додаткових послуг та отримання інформації про готель. Додаток також містить функцію контакту зі службою підтримки, що дозволяє клієнтам швидко вирішувати будь–які проблеми або запитання [38].

Українські готелі та ресторани також можуть використовувати мобільні додатки та онлайн–платформи для поліпшення обслуговування клієнтів. Наприклад, створення власного мобільного додатка для готелю дозволить клієнтам зручно замовляти номери, переглядати фотографії та відгуки про готель, а також отримувати спеціальні пропозиції та знижки. Ресторани можуть використовувати онлайн–платформи для замовлення їжі та доставки, що забезпечить зручність і швидкість обслуговування [37].

Використання мобільних додатків та онлайн–платформ:

Мобільні додатки: 50%

Онлайн–платформи: 30%

Комбіноване використання мобільних додатків та онлайн–платформ: 20%.

Ці дані вказують на відсоткову частку, яку кожен з варіантів використання мобільних додатків та онлайн–платформ займає в готельно–ресторанному комплексі «Радута». Згідно з даними, використання мобільних додатків має найбільшу частку – 50% від загального обсягу. Онлайн–

платформи займають 30% частку, а комбіноване використання мобільних додатків та онлайн–платформ – 20%.

Рисунок 3.1 – Використання мобільних додатків та онлайн–платформ

Джерело: складено автором за даними [38].

2. Впровадження інтерактивного досвіду

Інтерактивність є ключовим фактором в сучасному готельно–ресторанному господарстві. Світовий досвід показує, що гості цінують унікальні та захопливі досвіди, які можуть отримати в закладі. Використання інноваційних технологій, таких як доповнена реальність (Augmented Reality, AR) або віртуальна реальність (Virtual Reality, VR), може додати цікавості та емоційності до візиту гостей [17].

Наприклад, деякі готелі вже використовують AR–технології, щоб дозволити гостям віртуально оглянути готельні номери або спільні приміщення, що допомагає їм зробити вибір на підставі візуального сприйняття. Також можуть бути створені віртуальні тури по ресторанам, де гості можуть зазирнути в кухню та побачити процес приготування страв.

3. Використання аналітики та штучного інтелекту

Штучний інтелект (Artificial Intelligence, AI) та аналітика можуть відігравати важливу роль в розвитку готельно–ресторанної галузі.

Застосування цих інноваційних інструментів дозволяє збирати та аналізувати великі обсяги даних про клієнтів, їхні вподобання, покупкові звички та поведінку. Це дає змогу готелям та ресторанам краще розуміти свою цільову аудиторію та персоналізувати свої послуги та пропозиції.

Застосування аналітики та штучного інтелекту дозволяє прогнозувати попит на різні види послуг, оптимізувати ціни та акції, а також покращувати процеси управління запасами та ефективність роботи персоналу. Наприклад, за допомогою аналітичних інструментів можна визначити оптимальну кількість працівників у ресторані в різний час доби, що дозволить уникнути надмірного або недостатнього персоналу [39].

4. Розширена реальність для покращення досвіду

Розширена реальність (Augmented Reality, AR) є одним з інноваційних способів покращення досвіду гостей в готельно–ресторанній галузі. Ця технологія дозволяє поєднувати реальний світ з віртуальним, накладаючи додаткові об'єкти та інформацію на реальне оточення [40].

Застосування AR може стати важливим елементом рекламних кампаній готелів та ресторанів. Наприклад, гості можуть сканувати QR–коди на рекламних матеріалах та отримувати віртуальні тури по готелю, переглядати меню ресторану з розширеними фотографіями та відео, або навіть спостерігати віртуальні покази страв прямо на столі.

5. Екологічні ініціативи та сталість

У світовому досвіді набуває все більшої популярності сприяння екологічних ініціатив та зосередження на сталому розвитку в готельно–ресторанній галузі. Це включає в себе використання енергоефективних технологій, зменшення викидів вуглецю, утилізацію відходів та збереження природних ресурсів.

В готелях це може означати використання сонячних панелей для генерації електроенергії, встановлення систем енергозбереження, використання ефективних систем опалення та кондиціонування повітря, а також застосування технологій управління водними ресурсами для зменшення

споживання води [41].

У ресторанній галузі популярними стають концепції «фермерських столів», де використовуються місцеві, екологічно чисті продукти, що вирощуються з урахуванням принципів сталого розвитку. Ресторани також можуть впроваджувати системи утилізації та переробки відходів, а також пропонувати страви з мінімальним використанням пластикових упаковок та матеріалів [42].

Застосування екологічних ініціатив не тільки сприяє збереженню довкілля, але також є привабливим для клієнтів, які все більше цінують сталість та екологічну свідомість. Багато туристів шукають готелі та ресторани, які демонструють свою відповідальність перед природою та готовність здійснювати сталість.

Використання інновацій у готельно–ресторанній галузі є необхідним для її розвитку та покращення обслуговування клієнтів. На основі світового досвіду, Україна має потенціал використовувати інновації в індустрії гостинності з великим успіхом. Наприклад, Україна є популярною туристичною країною з багатим культурним спадком, традиційною кухнею та привітним гостинним народом. Застосування інноваційних технологій може допомогти залучати більше туристів, поліпшити якість обслуговування та розширити можливості для розвитку готельно–ресторанного бізнесу [43].

Однією з перспектив є використання цифрових рішень для зручного бронювання готелів та ресторанів. Онлайн–платформи та мобільні додатки можуть забезпечити зручність та доступність для туристів, які шукають місця для проживання та харчування. Наявність додатка або сайту, де можна легко знайти і забронювати готельний номер чи стіл у ресторані, є необхідною в умовах сучасного цифрового світу.

Також, важливим аспектом є впровадження інтерактивного досвіду для гостей. Це може включати в себе використання AR технологій для створення вражаючих інтерактивних турів, де гості матимуть змогу побачити віртуальні виставки, взаємодіяти з елементами культурного спадку та дізнатися цікаву

інформацію про місцевість. Такий досвід може стати незабутнім для туристів і привернути нових відвідувачів [44].

Аналітика та штучний інтелект також мають великий потенціал для розвитку готельно–ресторанної галузі. Застосування цих технологій дозволить збирати та аналізувати дані про клієнтів, їхні вподобання, покупкові звички та поведінку. Це дає змогу готелям та ресторанам краще розуміти свою цільову аудиторію та персоналізувати свої послуги та пропозиції.

На основі світового досвіду можна зробити такі висновки щодо перспектив використання інновацій в індустрії гостинності України:

Впровадження передових технологій, таких як автоматизація процесів, розумні системи управління та мобільні додатки, можуть покращити ефективність роботи готелю та забезпечити зручність для клієнтів.

Використання цифрових інструментів та інтернет–технологій дозволить готелям та ресторанам ефективно просувати свої послуги, залучати нових клієнтів та аналізувати дані для покращення обслуговування.

Застосування інноваційних підходів у сфері сталого розвитку та екологічної відповідальності може сприяти зменшенню енерговитрат, використанню відновлювальних джерел енергії та управлінню відходами.

Використання новітніх технологій, таких як розпізнавання обличчя, віртуальна реальність та штучний інтелект, може створити неповторний та персоналізований досвід для гостей.

Інновації в гостинності можуть підвищити конкурентоспроможність українських готелів та ресторанів на світовому ринку, привернути більше іноземних туристів та сприяти розвитку туристичної індустрії.

Загалом, використання інноваційних підходів в індустрії гостинності України може мати значний вплив на покращення якості обслуговування, підвищення ефективності та залучення нових клієнтів, використання інновацій в гостинності має потенціал покращити якість обслуговування, збільшити ефективність бізнесу та привернути більше клієнтів. Інноваційні рішення, які базуються на світовому досвіді, дозволяють готелям та

ресторанам стати конкурентоспроможними на ринку, забезпечити персоналізований та неповторний досвід для гостей, а також збільшити прибутковість.

Україна має потенціал розвитку інновацій в галузі гостинності завдяки своїм унікальним туристичним ресурсам, культурному спадщині та гостинному народу. Важливо активно впроваджувати новітні технології та інноваційні підходи, сприяти співпраці між суб'єктами галузі та залучати інвестиції для розвитку інфраструктури [48].

Отже, зростання інтересу до екологічного та сталого туризму також створює можливості для використання інноваційних практик у галузі гостинності. Застосування енергоефективних технологій, використання відновлювальних джерел енергії, переробка відходів та зменшення впливу на навколишнє середовище можуть стати ключовими факторами успіху для готелів та ресторанів.

3.2 Розробка сайту для просування послуг готельно–ресторанного комплексу

Ознайомлення з діяльністю готельно–ресторанного комплексу «Радута» та діалог із керівництвом закладу показало необхідність розробки власного сайту. Розробка нового сайту готельно–ресторанного комплексу має низку переваг:

1. Збільшення інформованості відвідувачів (новий сайт надає можливість ознайомитися з основним меню, ціновою політикою, годинами роботи, новинками, акціями та спеціальними бонусними пропозиціями. Це дозволяє потенційним клієнтам заздалегідь ознайомитися з усіма деталями та зробити інформоване рішення щодо відвідування ресторану).

2. Зміцнення довіри та лояльності клієнтів (на сайті можна розміщувати відгуки та рекомендації про ресторан. Це сприяє зростанню довіри

відвідувачів та формуванню позитивного іміджу закладу. Постійні клієнти також можуть отримувати спеціальні пропозиції та бонуси через сайт, що спонукає їх залишатися лояльними та повторно відвідувати ресторан).

3. Підвищення конкурентоспроможності (завдяки розробці нового та вдосконаленого сайту, ресторан може виокремитися серед конкурентів і залучити увагу цільової аудиторії. Інтерактивні функції та зручний інтерфейс сайту сприятимуть залученню та утриманню клієнтів, покращенню їх досвіду та формуванню позитивного сприйняття про ресторан) [39].

Проаналізуємо усі можливі витрати на створення й забезпечення функціональності інтернет–сайту готельно–ресторанного комплексу «Радута» за наступною формулою:

$$В_{заг}=В_{розр}+В_{пз}+В_{р.д}+Втех._{обсл}+В_{нап}+В_{тест}+В_{суп}+В_{пер}$$

де Взаг – загальні витрати на створення й забезпечення функціональності Інтернет–сайту;

Врозр –витрати на розроблення і виконання Інтернет–сайту;

Впз –витрати на програмне забезпечення;

Вр.д– витрати на реєстрацію доменного імені;

Втех.обсл –витрати на техніко–технологічне забезпечення

Внап – витрати на початкове наповнення каталогу продукції та послуг інформацією;

Втест – витрати на тестування сайту;

Всуп – періодичні витрати на супровід (розміщення сайту на хостингу, утримання персоналу, підтримка серверу);

Впер – періодичні витрати на рекламу

Для проведення розрахунку витрат на створення Інтернет–сайту готельно–ресторанного комплексу «Радута» у табл. 3.1. Із табл. 3.1 можна побачити, що обсяг вистрат на створення сайту залежить від обраного виду, наявного техніко–технологічного обладнання, штату програмістів та інших факторів, обсяг витрат може варіюватися.

За попередніми дослідженнями та аналізом, рекомендується готельно–ресторанному комплексу «Радута обрати створення сайту «Візитівка». Цей стильний сайт приверне увагу потенційних клієнтів і поширить інформацію про ресторан, що сприятиме збільшенню аудиторії клієнтів [44].

Докладніші витрати на створення та впровадження Інтернет–сайту «Візитівка» можна визначити на основі конкретних деталях проекту, таких як дизайн, функціональні можливості, розмір команди програмістів та інші.

В таблиці 3.1 наведена вартість розробки Інтернет–сайту для готельно–ресторанного комплексу «Радута».

Таблиця 3.1 – Вартість розробки Інтернет–сайту для готельно–ресторанного комплексу «Радута»

Перелік робіт	Рекомендовані варіанти розробки Інтернет–сайту		
	Інтернет–сайт «Візитівка»	Інтернет–сайт із неповним циклом обслуговування відвідувачів	Автоматичний Інтернет–сайт
Розробка проєкту, грн	3000	10000	15000
Програмне забезпечення (CMS) Управління сайтом – Стандарт), грн	–	–	2554
Техніко–технологічне забезпечення, грн	5000	5000	12000
Наповнення грн.:			
– 500 найменувань	3000	–	–
– 1000 найменувань	–	6000	–
– 2000 найменувань	–	–	12000
Тестування, грн	200	400	700
Реєстрація грн./рік домену,	86,4	86,4	129
Послуги грн/рік хостингу,	–	820	–
Реклама, грн/рік	25000	25000	25000
Разом, грн	36286,4	47306	67383

Джерело: складено автором за даними [45]

Шляхом вибору рекомендованого варіанту розробки інтернет–сайту

«Візитівка», готельно–ресторанний комплекс «Радута» зможе скористатись численними перевагами, що сприятимуть привертанню уваги та задоволенню потреб клієнтів. Деякі з цих переваг можуть бути наступними:

Дизайн сайту буде створений з урахуванням індивідуальності готельно–ресторанного комплексу «Радута», надаючи йому вигляд, що привертає увагу і вражає клієнтів. Сайт буде містити до 10 сторінок, що дозволить передати широкий спектр інформації про ресторан, включаючи послуги, особливості та інші важливі деталі. Застосування інструментів аналітики на сайті дозволить готельно–ресторанному комплексу «Радута» відстежувати кількість відвідувань сайту потенційними клієнтами та отримувати важливу інформацію про їхню активність та поведінку. Для розширення інформаційного охоплення та залучення більшої кількості клієнтів до готельно–ресторанного комплексу «Радута» пропонується розміщення інформації про заклад в мережі Інтернет та активна рекламна діяльність на Веб–ресурсах. Розміщення фотогалереї на сайті дозволить візуально представити страви, інтер'єр та атмосферу готельно–ресторанного комплексу «Радута». Крім того, сайт буде мати механізм зворотного зв'язку, що дозволить клієнтам залишати свої відгуки, запитання та пропозиції. [46].

Використання соціальних мереж, таких як Facebook, YouTube, WhatsApp, WeChat, Instagram, TikTok, Twitter, Viber, є необхідною складовою ефективної рекламної стратегії. Багато потенційних клієнтів проводять значний час у соціальних мережах, тому використання цього каналу для просування інформації про готельно–ресторанний комплекс є важливим. Для успішної реклами у соціальних мережах рекомендується залучення професіонала в галузі SMM–менеджменту. СММ–менеджер візьме на себе відповідальність за проведення аналізу ринку, аудиторії та конкурентів, розробку стратегії просування, створення та розвиток профілів у соціальних мережах, генерацію та оформлення контенту, залучення передплатників та моніторинг ефективності рекламного просування. В таблиці 3.2 показані поточні витрати на реалізацію запропонованих заходів щодо стратегії

інноваційного розвитку готельно–ресторанного комплексу «Радута» [42].

Таблиця 3.2 – Поточні витрати на розробку інтернет–сайту в готельно–ресторанному комплексі «Радута»

Поточні витрати	Сума витрат, грн /рік
Авторизація доменного імені на рік	3200
Підтримка сайту (корекція, модулі, новини, оновлення дизайну, банери, організація відвідуваності сайту)	7600
VPS хостинг сайту (резервна версія на сервері)	2400
Рекламні та інформаційні банери	3600
Авторизація сайту в пошукових системах	3900
Формування трафіку на сайт закладу у соціальних мережах	6600
Разом	27300

Джерело: складено автором за даними [47]

Отже, початкові витрати на розробку інтернет–сайту в готельно–ресторанному комплексі «Радута» складають 36,286,4 грн, а також поточні витрати на обслуговування сайту в розмірі 27,300 грн на рік. Разом вони становлять 63,586,4 грн на перший рік створення сайту. Витрати на наступні роки будуть залежати від цін на обслуговування сайту–візитівки. Зараз вони становлять 27,300 грн.

Ефект від впровадження нового сайту–візитівки в готельно–ресторанний комплекс «Радута» може бути помітним у збільшенні прибутку та приваблені нових клієнтів [46].

Припустимо, що щоденна кількість відвідувачів сайту «Візитівка» складає 500 осіб, а конверсія з відвідування сайту до резервації становить 10%. Далі, припустимо, що 70% зроблених резервацій є успішними.

Збільшення прибутку: кількість нових клієнтів = кількість відвідувачів * конверсія = 500 * 0.1 = 50 осіб. Прибуток = Кількість нових клієнтів * Середній чек = 50 * 1000 грн = 50 000 грн [43].

Таким чином, впровадження нового сайту–візитівки може призвести до збільшення прибутку на 50 000 грн. Кількість нових людей, які прийдуть:

Кількість нових людей = Кількість відвідувачів * Конверсія * Відсоток

успішних резервацій. Кількість нових людей = 500 * 0.1 * 0.7 = 35 осіб

Оцінка впливу сайту–візитівки на кількість нових клієнтів:

Зважаючи на те, що сайт–візитівка забезпечує збільшення поінформованості про ресторан, привертає увагу потенційних клієнтів та надає можливість ознайомитись з меню, акціями та іншою інформацією, можна припустити зростання кількості нових відвідувачів.

Для оцінки впливу на кількість нових клієнтів необхідно зібрати статистику протягом певного періоду до та після впровадження сайту–візитівки і порівняти результати. Наприклад, якщо перед впровадженням сайту–візитівки кількість нових клієнтів становила 100 осіб за місяць, а після впровадження ця кількість зросла до 150 осіб за місяць, то ефект від сайту–візитівки можна оцінити як приріст на 50 нових клієнтів [41].

Розрахунок ефекту впливу на кількість нових клієнтів:

Приріст нових клієнтів = Кількість нових клієнтів після – Кількість нових клієнтів до. Приріст нових клієнтів = 150 осіб/місяць – 100 осіб/місяць = 50 осіб/місяць

Додатковий прибуток від нових клієнтів: Для розрахунку додаткового прибутку від нових клієнтів потрібно знати середній чек (середню суму, яку витрачає один клієнт у ресторані). Середній чек складає 1000 грн.

Додатковий прибуток = Приріст нових клієнтів * Середній чек = 50 осіб/місяць *

Середній чек = 1000 грн/особу. Додатковий прибуток = 50 осіб/місяць * 1000 грн/особу = 50 000 грн/місяць

Отже, впровадження нового сайту–візитівки в готельно–ресторанний комплекс «Радута» призведе до збільшення кількості нових клієнтів на 50 осіб на місяць. Це приріст нових клієнтів приноситиме додатковий прибуток в розмірі 50 000 грн на місяць. Зважаючи на ці показники, можна зробити висновок, що впровадження сайту–візитівки має потенціал позитивно вплинути на фінансові результати готельно–ресторанного комплексу «Радута».

ВИСНОВКИ ДО РОЗДІЛУ 3

1. Розділ 3 досліджує шляхи удосконалення інноваційної діяльності у сфері готельно–ресторанного господарства. Аналізуються перспективи використання інновацій в індустрії гостинності України на основі світового досвіду, а також розглядається розробка інноваційної схеми удосконалення та просування діяльності готельно–ресторанного господарства України. У першому підрозділі розділу 3 розглядаються перспективи використання інновацій в готельно–ресторанній індустрії на прикладі світового досвіду. Було виявлено, що інновації є ключовим фактором розвитку галузі. Застосування передових технологій, використання цифрових інструментів та підходів, а також залучення до процесу розробки інноваційних послуг сприяють покращенню конкурентоспроможності готельно–ресторанного господарства. Створення унікального бренду та стратегії позиціонування є також ключовим етапом. Ретельне вивчення цільової аудиторії, її потреб і очікувань дозволить побудувати ефективну стратегію просування. Розробка унікального бренду, який відображатиме цінності та унікальність готельно–ресторанного підприємства, допоможе залучити увагу та створити позитивний образ. Основними складовими інноваційної схеми є вивчення світового досвіду та передових практик. Аналіз успішних відомих готельно–ресторанних підприємств з усього світу дозволить визначити тенденції та рекомендації, які можна впровадити в українські умови. Важливим аспектом є адаптація зарубіжних інновацій до специфіки місцевого ринку та культури. Узагалі, розробка інноваційної схеми удосконалення та просування готельно–ресторанного господарства України має на меті створення конкурентних переваг, залучення та утримання клієнтів, збільшення обсягів продажу та поліпшення якості обслуговування. Впровадження інноваційних підходів вимагає від підприємств гнучкості, адаптивності та готовності до постійного вдосконалення.

2. У другому підрозділі розглядається розробка інноваційної схеми

удосконалення та просування діяльності готельно–ресторанного господарства України. Детально розглядаються основні кроки та принципи, які слід враховувати при розробці такої схеми. Серед них – вивчення світового досвіду, створення унікального бренду, стратегії позиціонування, використання цифрових технологій та розвиток екологічної стійкості. У результаті дослідження можна зробити висновок, що використання інновацій в готельно–ресторанній галузі є необхідним і перспективним напрямом розвитку. Розробка інноваційної схеми удосконалення та просування діяльності готельно–ресторанного господарства України допоможе підвищити конкурентоспроможність суб'єктів галузі, забезпечити високу якість обслуговування та задоволення потреб клієнтів. Впровадження цифрових технологій є невід'ємною частиною інноваційної схеми. Розвиток інтернет–технологій, мобільних додатків та онлайн–сервісів надає нові можливості для залучення та взаємодії з клієнтами. Резервація номерів чи столиків онлайн, персоналізоване обслуговування, програми лояльності та маркетингові кампанії через соціальні мережі – це лише кілька прикладів застосування цифрових технологій. Такі інструменти допомагають забезпечити зручність та доступність для клієнтів, а також ефективне управління процесами всередині готельно–ресторанного підприємства.Загалом, розробка інноваційної схеми удосконалення та просування готельно–ресторанного господарства України є складним завданням, що потребує системного підходу та ретельного аналізу ринку. Використання світового досвіду, застосування цифрових технологій, створення унікального бренду та розвиток екологічної стійкості можуть сприяти покращенню результативності готельно–ресторанного господарства України.

ВИСНОВКИ

Основні висновки, отримані в результаті вивчення розділів 1–3, підкреслюють важливість інноваційної діяльності в готельно–ресторанному господарстві. Застосування нових технологій, розробка інноваційних підходів і впровадження передового досвіду забезпечують підвищення якості обслуговування, оптимізацію бізнес–процесів та залучення більш широкого кола клієнтів.

1. Було розглянуто поняття індустрії гостинності та її основні детермінанти, такі як туристичний попит, конкуренція, технологічний прогрес та регулююче середовище. Також було розглянуто нові технології просування, включаючи соціальні медіа, веб–сайти, мобільні додатки та аналітика, а також нові види просування, такі як інфлюенс–маркетинг, віртуальні тури, геолокаційний маркетинг. Використання інноваційних комунікаційних і маркетингових стратегій, таких як соціальні медіа, відеомаркетинг, персоналізовані послуги, сприяє залученню нових клієнтів та зміцненню відносин з існуючими.

2. Одним з ключових напрямків розвитку є використання нових технологій просування, таких як цифрові рішення, інтернет–маркетинг, соціальні медіа тощо. Це дозволяє готельно–ресторанним підприємствам активно взаємодіяти зі своїми клієнтами, залучати їх увагу та підтримувати стійкий інтерес до своїх послуг.

3. Інноваційна діяльність в готельно–ресторанному господарстві України має великий потенціал для підвищення конкурентоспроможності галузі і покращення задоволення клієнтів. Впровадження інноваційних підходів та розвиток нових технологій є важливим кроком у напрямку сталого росту та розвитку готельно–ресторанного господарства. Це вимагає уваги до змін на ринку, адаптації до нових вимог та забезпечення постійного інноваційного розвитку.

4. Комплексна оцінка нових технологій просування в готельно–

ресторанному господарстві, на прикладі готельно–ресторанного комплексу «Радута», показує, що інновації в галузі гостинності можуть значно покращити якість обслуговування, залучення клієнтів та підвищення ефективності діяльності. Впровадження нових технологій варто розглядати як стратегічний крок для розвитку готельно–ресторанного бізнесу, забезпечуючи конкурентні переваги та забезпечуючи задоволення потреб сучасних туристів. Готельно–ресторанний комплекс «Радута» добре використовує переваги нових технологій, таких як онлайн–бронювання, мобільні додатки та соціальні медіа, для створення зручного та інноваційного середовища для своїх клієнтів.

5. В ході аналізу існуючих технологій просування в галузі гостинності, включаючи Інтернет–сайти, соціальні мережі, мобільні додатки та електронні системи бронювання, можна зробити висновок, що ці інструменти мають великий потенціал для ефективного просування готельно–ресторанних комплексів. Вони надають можливість привернути увагу потенційних клієнтів, забезпечити зручне бронювання та взаємодію з гостями, а також підвищити свідомість про бренд комплексу. Використання цих технологій дозволяє підвищити конкурентоспроможність та залучення клієнтів у галузі гостинності.

6. З урахуванням аналізу існуючих технологій просування та стратегій розвитку, рекомендується готельно–ресторанному комплексу «Радута» використовувати інноваційні інструменти, такі як привабливий та функціональний Інтернет–сайт з механізмом зворотного зв'язку, активне присутність у соціальних мережах, розробку мобільного додатку для зручного бронювання та комунікації з гостями, а також використання електронних систем бронювання. Крім того, слід створити стратегію контент–маркетингу та взаємодії зі спільнотою, регулярно оновлювати інформацію на сайті та соціальних мережах, а також залучати спеціаліста у сфері SMM–менеджменту для ефективного керування просуванням та спілкуванням з аудиторією.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Асауленко Н. Особливості інноваційного процесу на підприємствах індустрії гостинності. *Економіка харчової промисловості*. 2020. Т. 12. № 3. С. 81–87. URL: https://journals.ontu.edu.ua/index.php/fie/article/view/1819/2000.

2. Баженова С., Пологовська Ю., Канцур І. Розвиток готельно–ресторанного бізнесу в умовах сьогодення. *Економіка та суспільство*. 2022. № 38. URL: https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/1280/1234.

3. Д'яконова А., Трішин Ф., Тітомир Л., Коротич О. Інноваційні напрямки розвитку закладів готельного господарства. *Економіка харчової промисловості*. 2021. Т. 13. № 1. С. 62–68. URL: https://journals.ontu.edu.ua/index.php/fie/article/view/2005/2200.

4. Капліна Т. В., Красномовець В. А. Інновації в системі розвитку підприємств готельного господарства. *Підприємництво та інновації*. 2021. № 16. С. 63–66. URL: http://www.ei–journal.in.ua/index.php/journal/article/view/405/392.

5. Климчук К. М., Сильчук Т. А. Сучасні інновації в готельній індустрії. *Інфраструктура ринку*. 2020. Вип. 48. С. 144–148. URL: http://www.market–infr.od.ua/journals/2020/48_2020_ukr/30.pdf

6. Коркач Г., Котузаки О., Нікітчіна Т., Шунько Г. Технологічні інновації в ресторанному бізнесі для забезпечення конкурентоспроможності закладу. *Економіка харчової промисловості*. 2021. Т.13. № 4. С. 69–74. URL: https://journals.ontu.edu.ua/index.php/fie/article/view/2194/2383.

7. Лисюк Т., Терещук О., Пасічник М. Інноваційні технології у готельно–ресторанному господарстві. *Економіка та суспільство*. 2022. № 40. URL: https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/1450/1395

8. Нещадим Л. М., Тимчук С. В. Інноваційні стратегії як перспективний напрям планування діяльності готельних та ресторанних підприємств України.

Інфраструктура ринку. 2021. Вип. 59. С. 55–59. URL: http://www.market–infr.od.ua/journals/2021/59_2021/12.pdf.

9. Поворознюк І., Штангеєва Н. Напрями інноваційного розвитку підприємств ресторанного господарства в кризових умовах. *Економічні горизонти*. 2023. № 2(24). С. 30–38. URL: http://eh.udpu.edu.ua/article/view/281193/275457.

10. Подольчак Н.М. Інтернет–технології як інструменти просування готельного бізнесу. Економічний аналіз, 2018. 40–45с.

11. Паславська В., Орлова О., Басараб О. Маркетингові стратегії готельно–туристичного бізнесу в умовах пандемії коронавірусу. *Економіка та суспільство*. 2021. № 32. URL: https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/851/818.

12. Постова В. В. Пропозиції щодо модернізації формату «Casual Dining» в ресторанному бізнесі. *Інноваційні технології в готельно–ресторанному бізнесі* : XI Всеукр. наук.–практ. конф., м. Київ, 17–18 трав. 2022 р. Київ, 2022. С. 155–156. URL: https://sel.vtei.edu.ua/repository/g.php?fname=28033.pdf

13. Романуха О. М., Халілова–Чуваєва Ю. А., Хаврова К. С., Коваленко О. С. Динаміка розвитку індустрії гостинності в Україна на прикладі готельно–ресторанної галузі. *Економіка та держава*. 2021. № 2. С. 42–46. URL: http://www.economy.in.ua/pdf/2_2021/9.pdf.

14. Рябенька М. О. Перспективи розвитку нових форматів закладів ресторанного господарства. *Економіка та суспільство*. 2021. № 24. URL: https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/241/229

15. Смирнов І. Г. Інновації в готельному бізнесі: логістика постачання. *Логистика: проблемы и решения*. 2020. № 6. С. 24–28.

16. Ставська Ю. В. Готельний бізнес у сучасних умовах: актуальні проблеми та тенденції розвитку. *Інфраструктура ринку*. 2019. Вип. 35. С. 284–289. URL: http://www.market–infr.od.ua/journals/2019/35_2019_ukr/47.pdf.

17. Даниленко М. І. Інтернет–маркетинг у готельному бізнесі: адаптація інструментів та їх впровадження.Економічний простір. 2016. № 112. С. 140–149.

18. Сушко Н. В. Впровадження сучасних технологій у розвиток готельного бізнесу. *Інфраструктура ринку*. 2022. Вип. 68. С. 159–162. URL: http://www.market–infr.od.ua/journals/2022/68_2022/30.pdf.

19. Табенська О. І. Інноваційні тенденції розвитку ресторанного бізнесу. *Економіка, фінанси, право*. 2019. № 1. С. 31–34.

20. Табенська О. І. Сучасні тенденції розвитку готельного господарства. *Економіка, фінанси, право*. 2018. № 12. С. 34–38.

21. Абдулхаіров А. З. Соціальні мережі як інструмент просування кримського туристського продукту та готельно–ресторанних послуг. *Економіка. Фінанси. Право*. 2013. № 8. С. 3–6.

22. Тітомир Л., Коротич О., Халілова–Чуваєва Ю. Екологізація готелів як напрям розвитку готельно–ресторанного бізнесу. *Економіка харчової промисловості*. 2021. Т. 13. № 3. С. 88–93. URL: https://journals.ontu.edu.ua/index.php/fie/article/view/2136/2322.

23. Токаренко О. І., Черемісіна Т. В., Бабіна Н. І. Цифрові технології у міжнародному туризмі та готельній індустрії. *Інфраструктура ринку*. 2020. Вип. 44. С. 126–130. URL: http://www.market–infr.od.ua/journals/2020/44_2020_ukr/23.pdf.

24. Холодницька А., Костюк І. Креативність як драйвер розвитку ресторанного бізнесу в умовах невизначеності бізнес–середовища. *Проблеми і перспективи економіки та управління*. 2021. № 3. С. 140–148. URL: http://ppeu.stu.cn.ua/article/view/252947.

25. Шелеметьєва Т. В., Гресь–Євреінова С. В. Впровадження інноваційних технологій для підвищення конкурентоспроможності підприємства готельно–ресторанного господарства. *Інфраструктура ринку*. 2021. Вип. 55. С. 143–149. URL: http://www.market–infr.od.ua/journals/2021/55_2021/26.pdf.

26. Якубів В. М., Боришкевич І. І. Формування стратегії підвищення конкурентоспроможності підприємств ресторанного бізнесу. *Регіональна економіка*. 2020. № 1. С. 144–153.

27. Ілляшенко С. М., Рудь М. П. Маркетингові інновації в інноваційній діяльності підприємств України. *Ефективна економіка*. 2017. Вип. 6 URL: http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=5626

28. Ілляшенко С.М., Біловодська О.А. Управління інноваційним розвитком: монографія. Суми: Університетська книга, 2010. 281с.

29. Корнух О.В. Стратегічне управління інноваційним розвитком підприємства. *Ефективна економіка : електронне наукове фахове видання*. 2013. № 12. URL : http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=2607

30. Заблоцький Б.Ф. Економіка й організація інноваційної діяльності: Навч. посібник: 2–ге вид. Львів: «Новий Світ – 2000». 2020. 427с.

31. Прудніков В.Ф., Куцинська М.В. Інноваційний розвиток підприємства : навч. посіб.; Держ. ВНЗ "Укр. держ. хім.–технол. ун–т". Дніпро: ДВНЗ УДХТУ, 2018. 179 с.

32. Наукова та інноваційна діяльність України. Статистичний збірник. 2019. Київ. Державна служба статистики. URL: https://www.ukrstat.gov.ua/druk/publicat/kat_u/2020/zb/09/zb_nauka_2019.pdf

33. Ватченко О.Б., Ватченко Б.С., Черевко О.Л. Інноваційний розвиток підприємства: навч. посібник. Дніпро: Акцент. 2017. 403 с.

34. Гаєвська Л.М. Інноваційний потенціал підприємства та його оцінка. *Глобальні та національні проблеми економіки.* 2017. Вип. 15. С. 192–196.URL:http://global–national.in.ua/archive/15–2017/38.pdf

35. Сучасне управління організаціями: концепції, цифрові трансформації, моделі інноваційного розвитку : збірник тез доповідей II Міжнародної науковопрактичної конференції (м. Харків, 25 листопада 2022 року). Харків : ХНУ імені В. Н. Каразіна, 2022. 554 с. URL: https://ekhnuir.karazin.ua/items/5c0e9bc0–aeab–4006–962c–987d2973e56f

36. Гутуров О.І., Ярута М.Ю., Сисоєва С.І. Економіка та організація інноваційної діяльності: навч. посібник; Харківський національний аграрний університет ім. Докучаєва В.В. Харків. 2019. 227 с

37. Копитко М.І. Управління інноваціями: навч. посібник для самостійного вивчення дисципліни у схемах і таблицях. Львів: ЛДУВС. 2019. 292 с.

38. Інноваційний менеджмент: підручник / П.П. Микитюк та ін. Тернопіль: Екон. думка ТНЕУ, 2019. 518 с. URL: https://surli.cc/prvikq

39. Левченко Ю.Г. Економіка й організація інноваційної діяльності: Курс лекцій для студ. напряму 6.030504 «Економіка підприємства» для всіх форм навч. К.: НУХТ, 2012. 163 с. URL: https://dspace.nuft.edu.ua/server/api/core/bitstreams/b35b7f6a–132a–4372–a890–116f20aa045d/content

40. Управління проектами: навчальний посібник / уклад.: Л.Є. Довгань, Г.А.Мохонько, І.П Малик. К.: КПІ ім. Ігоря Сікорського, 2017. 420 с. URL: https://document.kdu.edu.ua/info_zab/075_1661.pdf

41. Україна у цифрах 2019. Статистичний збірник. Київ : Державна служба статистики України, 2020. 240 с. URL: https://ukrstat.gov.ua/druk/publicat/Arhiv_u/01/Arch_ukr_zb.htm

42. Інноваційний розвиток підприємства: навч. посібник /за ред. Микитюка П.П. Тернопіль: ПП «Принтер Інформ». 2015. 224 с.

43. Чайковська М.П. Інноваційний менеджмент: навч. посібник. Одеса: Одеський національний університет імені І. І. Мечникова. 2015. 382 с.

44. Про інноваційну діяльність: Закон України від 04.07.2002 р. № 40–IV. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/40–15#Text.

45. Про пріоритетні напрями інноваційної діяльності в Україні: Закон України від 08.09.2011 р. № 3715–VI. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/3715–17#Text.

46. Стратегія розвитку сфери інноваційної діяльності на період до 2030 року, схвалена розпорядженням Кабінету Міністрів України від 10.07.2019 №526. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/526–2019–p#Text

47. Лисюк Т., Терещук О., Пасічник М. Інноваційні технології у готельно–ресторанному господарстві. *Економіка та суспільство*. 2022. № 40. URL: https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/1450/1395.

48. Статистичний щорічник України. 2022 рік. Київ : Державна служба статистики України, 2023. 387 с. URL: https://surl.li/ssrtal

49. Влащенко Н.М. Інноваційні технології у ресторанному, готельному господарстві та туризмі: навч. посібник. Харків : ХНУМГ ім. О. М. Бекетова, 2018. 373 с.

50. Ярославський А.О. Економічна ефективність діяльності підприємства: теоретичний аспект. *Науковий вісник Ужгородського національного університету. Серія : Міжнародні економічні відносини та світове господарство.* 2018. Ч. 3. Вип. 20. С. 174–177.