

5. Любінська І. І. Креативність у сфері гостинності як фактор підвищення конкурентоспроможності готельних підприємств. *Економіка та управління підприємствами складних систем*. 2019. №2 (25). С. 114-119.

Чупрун К.

ЗВО спеціальності 241 «Готельно-ресторанна справа»
Миколаївський національний аграрний університет
м. Миколаїв, Україна
*Науковий керівник – канд. екон.наук, доцент кафедри
готельно-ресторанної справи та організації бізнесу*
Кушнірук В.С.

ОСОБЛИВОСТІ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ СФЕРИ ГОСТИННОСТІ В УКРАЇНІ

В сучасних умовах, що склалися на туристичному ринку України, важливими є питання та проблеми інноваційного та інвестиційного розвитку підприємств сфери гостинності. Інноваційно-інвестиційний розвиток туристичної галузі в Україні потребує наявності відповідної оновленої інфраструктури, створення позитивного, інвестиційного клімату та залучення креативних менеджерів, які спроможні думати по новому, реалізовувати проекти та втілювати в дію нові ідеї. Тому, розробка та ефективне використання інновацій потребує збільшення обсягів інвестування підприємств, запровадження інвестиційної політики, яка б визначала пріоритетність фінансування інноваційної діяльності[1].

У сучасних умовах велику роль у підвищенні ефективності роботи підприємств сфери гостинності відіграють інновації, активне впровадження яких дозволить суб'єктам господарювання забезпечити стійкі темпи розвитку та посилити конкурентні позиції на вітчизняному та світовому туристичних ринках. На сучасному етапі у світі почали проходити інноваційні процеси; настав час освоєння та застосування нових технологій, вдосконалюються форми маркетингу та туристичного продукту [2].

Активне впровадження сучасних інформаційних технологій у діяльність готельно-ресторанних підприємств є необхідною умовою їх успішної роботи,

оскільки точність, надійність, оперативність і висока швидкість обробки та передачі інформації визначає ефективність управлінських рішень у цій сфері. Загальними особливостями ІТ-туристичних підприємств є автоматизація процесів планування, обліку і управління основних напрямків діяльності.

На даний час формування туристичного продукту передбачає використання глобальних розподільних систем GDS (Global Distribution System), які забезпечують швидке і зручне бронювання квитків на транспорт, резервування місць в готелях, прокат автомобілів, обмін валюти, замовлення квитків на розважальні і спортивні заходи тощо [3]

Для управління взаєминами з клієнтами готельно-ресторанні підприємства використовують сучасні інтегровані CRM-системи (Customer Relationship Management), що дозволяють отримувати максимальну інформацію про клієнта у момент спілкування з ним.

В складних економічних умовах, підприємства повинні орієнтуватись на нові джерела конкурентних переваг на основі використання сучасних інформаційних технологій. Важливим є створення незалежних туристичних інформаційних центрів та центрів сприяння розвитку інформаційної мережі між підприємствами туристичної галузі на рівні регіону, області чи дистионації. Для цього необхідно розробити інтегровану стратегію діяльності, яка об'єднала б туристичні стратегії окремих областей і забезпечила їм можливість спільно вирішувати проблемні питання в рамках концепції розвитку туризму.

Підприємства на туристичному ринку України прагнуть інноваційних змін у своїй діяльності, заради того щоб бути конкурентоспроможними та зможти максимально зацікавити і залучити більшу кількість споживачів. Проте інноваційні зміни потрібно вводити поступово та обдуманно, бездоганно вивчаючи ринок на спираючись на досвід розвинутих країн світу.

Список використаних джерел:

1. Свиридова Н. Д. Проблемы инвестирования в сферу туризма. *Вісник Східноукраїнського національного університету імені Володимира Даля*. 2005. № 2(84). Ч. 2. С. 198-201. (Дата звернення: 10.03.2023).

2. Проблеми інноваційно – інвестиційної політики вітчизняних туристичних підприємств. URL: https://drive.google.com/file/d/0Bxwxnt_0wPHqSTVvZXJWMFZFM0k/view (Дата звернення: 10.03.2023).

3. Інноваційні та IT-технології в туристичні діяльності. URL: <http://dspace.nuft.edu.ua/jspui/bitstream/123456789/25887/1/22.PDF> (Дата звернення: 10.03.2023).

Шаркова В.

ЗВО освітньої спеціальності 241 – «Готельно-ресторанна справа»

Миколаївський національний аграрний університет

м. Миколаїв, Україна

Науковий керівник - доктор філософії, ст. викладач

кафедри переробки продукції тваринництва

та харчових технологій

Шевчук Н. П.

ВІДОМІ БАРМЕНИ В ІСТОРІЇ

Із давніх давен споживання алкогольних напоїв було важливою частиною як культурного, так і соціального життя людей. Виникла потреби в людях, які б могли приготувати і подавати різноманітні напої. Тому, професія бармен виникла ще в давнину [1].

Як відомо із багатьох джерел, бари виникли в середині XIX століття, а саме в США. Баром, вважалося місце, де люди могли зустрітися та поспілкуватися за чаркою різноманітних напоїв. В таких закладах, постало нагальна потреба в людях, які б могли приготувати та подати напої, дотримуючись правил роботи з клієнтами [1].

Починаючи з середини XX століття, професія бармен стала справжнім мистецтвом. Розробляли нові рецепти напоїв, вивчали техніки змішування та подачі напоїв. На сьогодні професія бармена є популярною в різних країнах. Вона поєднує у собі вивчення різних видів напоїв, їх поєднання між собою та правила обслуговування [2].

В наш час проводять різноманітні змагання для барменів, тобто в даній професії існує ще й конкурсний аспект. Найбільш престижні конкурси у світі, які проводять для барменів є World Class, Bacardi Legacy та Diageo Reserve World Class [2].