

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ІНСТИТУТ МОДЕРНІЗАЦІЇ ЗМІСТУ ОСВІТИ
МІНІСТЕРСТВО КУЛЬТУРИ ТА ІНФОРМАЦІЙНОЇ ПОЛІТИКИ УКРАЇНИ
КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
КУЛЬТУРИ І МИСТЕЦТВ
КИЇВСЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ КУЛЬТУРИ
НАВЧАЛЬНО-НАУКОВИЙ ІНСТИТУТ
КИЇВСЬКОГО НАЦІОНАЛЬНОГО УНІВЕРСИТЕТУ КУЛЬТУРИ І МИСТЕЦТВ
EUROPEAN INSTITUTE OF FURTHER EDUCATION
(СЛОВАЦЬКА РЕСПУБЛІКА)
BATUMI ARTS TEACHING UNIVERSITY
(БАТУМІ, ГРУЗІЯ)
МІЖНАРОДНА ТОРГІВЕЛЬНА ПАЛАТА ICC UKRAINE
АСОЦІАЦІЯ ІНДУСТРІЇ ГОСТИННОСТІ УКРАЇНИ
НАЦІОНАЛЬНА ТУРИСТИЧНА ОРГАНІЗАЦІЯ УКРАЇНИ
АСОЦІАЦІЯ КУЛІНАРІВ УКРАЇНИ
АСОЦІАЦІЯ СОМЕЛЬЄ УКРАЇНИ
АСОЦІАЦІЯ ГОТЕЛЬНИХ ОБ'ЄДНАНЬ І ГОТЕЛІВ МІСТ УКРАЇНИ
НАЦІОНАЛЬНИЙ МУЗЕЙ НАРОДНОЇ АРХІТЕКТУРИ ТА ПОБУТУ УКРАЇНИ
ФАКУЛЬТЕТ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО І ТУРИСТИЧНОГО БІЗНЕСУ

ГОСТИННІСТЬ, СЕРВІС, ТУРИЗМ: ДОСВІД, ПРОБЛЕМИ, ІННОВАЦІЇ

X МІЖНАРОДНА НАУКОВО-ПРАКТИЧНА КОНФЕРЕНЦІЯ

6-7 квітня 2023 рік

Реєстрація Міністерства освіти і науки України
Лист ІМЗО від 19.01.2023 №21/08-53

Тези доповідей

КИЇВ 2023

УДК 640.43+379.851+330.341.1

Г 725

*Друкується за рішенням Вченої ради
Київського національного університету культури і мистецтв
(протокол № 14 від 29 травня 2023 р.)*

Г 725 Гостинність, сервіс, туризм: досвід, проблеми, інновації : тези доповідей Х Міжнар. наук.-практ. інтернет-конф., Київ, 6-7 квіт., 2023 р. / М-во освіти і науки України; М-во культури та інформаційної політ. України; Київ. нац. ун-т культури і мистецтв ; Київ. ун-т культури ; Ф-т готельно-ресторанного і турист. бізнесу. Київ : Вид. центр КНУКіМ, 2023. 478 с.

Збірник містить наукові тези Х Міжнародної науково-практичної конференції «Гостинність, сервіс, туризм: досвід, проблеми, інновації», яка відбулася 6-7 квітня 2023 р. на базі Міністерства освіти і науки України, Інституту модернізації змісту освіти, Київського національного університету культури і мистецтв, Київського університету культури, Навчально-наукового інституту Київського національного університету культури і мистецтв у співпраці з European Institute of Further Education (Словацька республіка), Batumi arts teaching university (Батумі, Грузія), University of South Bohemia Czech Republic (Чеська Республіка), Тяньцзиньським університетом іноземних мов Тяньцзинь (Китайська Народна Республіка), Міжнародною Торговельною Палатою ICC Ukraine, Асоціацією індустрії гостинності України, Національною туристичною організацією України, Асоціацією кулінарів України, Асоціацією сомельє України, Асоціацією готельних об'єднань і готелів міст України, Національним музеєм народної архітектури та побуту України, кафедрою туризму Львівського національного університету імені Івана Франка, географічним факультетом Тернопільського національного педагогічного університету імені Володимира Гнатюка, кафедрою готельно-ресторанного бізнесу Одеського національного технологічного університету, Навчально-науковим інститутом управління, економіки та природокористування Таврійського національного університету ім. Вернадського, кафедрою туризму Сумського національного аграрного університету, кафедрою туризму і готельно-ресторанного бізнесу Національного технічного університету «Харківський політехнічний інститут», кафедрою туризму Університету економіки та права «КРОК», ТОВ «Баккара Плюс», мережею еко-ресторанів «Батьківська хата», Сім'єю ресторанів Дмитра Борисова. Матеріали містять відповідні підсумки наукових досліджень провідних учених України і країн-учасниць конференції, а також доробки докторантів, аспірантів, магістрантів. Представлені наукові доробки будуть цікавими й корисними для широкої наукової громадськості, фахівців готельно-ресторанного і туристичного бізнесу та соціокультурної сфери, викладачів, аспірантів, студентів.

Матеріали подано в авторській редакції

ISBN 978-966-602-374-5

© Київський національний університет
культури і мистецтв, 2023
© Автори тез, 2023

<i>Малюга Л. А., Мальська М.П.</i>	<i>Просування паназійської кухні на ринку індустрії гостинності України</i>	51
<i>Несудімова М. С., Бровенко Т. В.</i>	<i>Моделювання стратегії довгострокової діяльності ресторану sergio-family з позиції мінімізації загроз</i>	54
<i>Постова В. В.</i>	<i>CRM-системи для закладів ресторанного господарства: сучасні тенденції та перспективи використання</i>	58
<i>Пуць В. Б., Василенко О. В.</i>	<i>Сучасний стан та основні тенденції розвитку ресторанного бізнесу в Україні та світі</i>	61
<i>Русавська В. А.</i>	<i>Системи НАССР в закладах ресторанного бізнесу України: нормативно-правове регулювання</i>	65
<i>Русавська В. А., Люблінська О. О.</i>	<i>Діяльність ресторанних закладів України в умовах сучасних викликів соціокультурних трансформацій суспільного життя</i>	68
<i>Савенко Г. А., Дьяченко Р. В.</i>	<i>Питання актуальності управління міжнародними і національними готельними ланцюгами</i>	71
<i>Сніжко Ю. І., Чорна Т. М.</i>	<i>Безпечність харчових продуктів в закладах ресторанного бізнесу</i>	74
<i>Філь М. І., Паньків Н. М., Безручко Л. С.</i>	<i>Коворкінг ресторанного бізнесу та внутрішньо-переселені особи у Львові</i>	77
<i>Цимбала М. Я., Удуд І. Р.</i>	<i>Особливості формування теорії та практики розвитку готельно-ресторанного бізнесу</i>	80
<i>Цирулик І. С., Василенко О. В.</i>	<i>Інноваційні системи управління закладами ресторанного господарства</i>	84

Секція 2. СТРАТЕГІЧНІ НАПРЯМИ ФОРМУВАННЯ ТА РОЗВИТКУ НАЦІОНАЛЬНОГО ТУРИСТИЧНОГО ПРОДУКТУ

<i>Антоненко В. С., Жучка І. О.</i>	<i>Нові тренди туристичного страхування на страховому ринку</i>	87
<i>Антоненко В. С., Фітчук Р. В.</i>	<i>Перспективи розвитку медичного туризму в Україні</i>	90
<i>Альтгайм Л. Б.</i>	<i>Поєднання організації екскурсійних послуг і культурно-пізнавального туризму при формуванні національного туристичного продукту</i>	92

2. Мамаєва А. В. Проблеми прийняття рішення про визначення реальної можливості відновлення платоспроможності кризової організації. *Фінансова аналітика : проблеми і рішення*. 2013. № 43. С. 29-34.

3. Мартинова Т. А. Аналітичні процедури в оцінці безперервності діяльності організації. *Аудиторські відомості*. 2016. № 3. С. 27-37.

*Постова В. В., кандидат економічних наук,
доцент кафедри туризму та готельно-ресторанної справи,
Вінницький торговельно-економічний інститут ДТЕУ
Вінниця, Україна
ORCID ID: 0000-0002-0056-5648*

CRM-СИСТЕМИ ДЛЯ ЗАКЛАДІВ РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА: СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ ТА ПЕРСПЕКТИВИ ВИКОРИСТАННЯ

Особистий контакт – чудовий метод утримання споживача, але з появою нових технологій тримати зв'язок із гостями стає простіше. За допомогою CRM для ресторанів можна привітати гостя з днем народження, запропонувати йому персональний бонус або розповісти про новинки у закладі ресторанного господарства. Ще зовсім недавно можна було зв'язатися з постійними відвідувачами за допомогою телефонного дзвінка або SMS повідомлення, щоб повідомити їх про зміни та покращення ресторанного бізнесу. Також дарували їм картки на знижки на всі майбутні покупки.

Отримання нових споживачів – це пряма мета будь-якого бізнесмена, але не варто забувати про утримання та мотивацію вже існуючих гостей. Навіть якщо у закладу є добре продуманий маркетинговий план, що включає різні програми лояльності, варто пам'ятати про те, що соціальні мережі, ЗМІ та карти на знижки сильно впливають на отримання нових, потенційних споживачів.

Потрібно навчитися правильно керувати сучасними технологіями отримання контактів споживачів ресторанних послуг. Система CRM (client relation management, система управління споживачами) – це шлях до зміцнення маркетингової стратегії, а грамотне її налаштування допоможе знайти цільову аудиторію закладу і налагодити зв'язок з нею [1].

Вирішальний фактор у залученні нових та утриманні вже існуючих гостей – володіння інформацією про смаки, покупки, потреби і навіть про звички відвідувачів закладу. Налаштована CRM система для закладу ресторанного господарства – це перший крок для досягнення цієї мети.

Можливість керувати уподобаннями відвідувачів закладу означає, що працівники закладу завжди будуть в курсі того, що хоче його відвідувач, що їм не подобається. Плюс – працівники зможуть розуміти, що гостям хотілося б змінити

чи покращити у роботі закладу. Також у власника ресторану завжди будуть ідеї для покращення свого бізнесу [2]. Ці корисні дані допоможуть зробити заклад успішним і налагодити процеси в сервісі для отримання більшого прибутку.

CRM система для ресторану допомагає закладу працювати з базою споживачів та вести комунікацію з гостями. Велика кількість CRM систем для кафе з одного боку робить вибір програми простішим, але не всі системи будуть корисні та зручні.

CRM системи для ресторанного бізнесу:

1. Хмарна програма. CRM для кафе має бути хмарним, без використання додаткових серверів у закладі. По-перше, це економія на обладнанні – хмарна система встановлюється на звичайний планшет чи комп'ютер. По-друге, якщо у закладі пропаде світло чи інтернет, що в умовах сьогодення є частою проблемою, то у нього залишиться доступ до бази відвідувачів і працівники зможуть продовжувати працювати та обслуговувати гостей.

2. Повна клієнтська база. Основне, з чим має допомагати CRM система – ведення бази гостей. Це потрібно для того, щоб налагоджувати комунікацію із постійними відвідувачами, пропонувати їм персональні знижки на день народження. А також для додавання контактів нових відвідувачів – надалі їх можна буде сповіщати, наприклад, про нову акцію у закладі.

Важливо звернути увагу на спосіб ідентифікації споживача у системі CRM. Це має бути просто і швидко – наприклад, за номером телефону або за номером картки, якщо заклад планує їх використовувати.

3. Інтеграція з IP-телефонією. Якщо заклад ресторанного господарства працює на доставку, буде в рази зручніше використовувати CRM для ресторану у зв'язку з телефонією. Так, при надходженні дзвінка гість буде ідентифікований за номером і оператор відразу побачить картку споживача на терміналі продажу.

4. Інтеграція з програмою обліку. Офіціантам буде зручніше працювати з CRM, якщо вона інтегрована у POS систему, яка встановлена у закладі. Великим плюсом буде якщо в програмі обліку для кафе вже буде вбудована CRM для ведення бази гостей [3].

По-перше, співробітникам не потрібно буде працювати в різних програмах із замовленням, особливо це незручно у години високого завантаження. По-друге, зв'язок CRM системи та програми обліку допоможе відслідковувати статистику продажу по гостям. Це означає, що працівники закладу зможуть переглядати: які гості до них частіше ходять, їхній середній чек і які страви вони найчастіше замовляють. На основі цього можна будувати маркетингову стратегію та пропонувати акції чи програми лояльності постійним відвідувачам.

5. Системи лояльності для гостей. Програми лояльності допоможуть залучити до закладу ресторанного господарства нових відвідувачів та підтримувати контакт із постійними. За допомогою системи CRM для кафе і ресторанів можна налаштувати програму знижок або бонусів. Наприклад, працівники закладу зможуть впровадити бонусні картки лояльності для своїх гостей – за кожне замовлення вони зможуть отримувати певний відсоток бонусів на свій рахунок

ГОСТИННІСТЬ, СЕРВІС, ТУРИЗМ: ДОСВІД, ПРОБЛЕМИ, ІННОВАЦІЇ

та витрачати їх під час наступного відвідування. Така система користується популярністю серед гостей [4].

Підібрати CRM систему, що підходить під запити закладу, не так просто. Для фінального рішення найкраще крок за кроком розібрати процеси – так буде простіше вибрати програму і не помилитися. Отже, потрібно розпочати вибір CRM для закладу ресторанного господарства з наступного:

1. Визначити, які завдання має виконувати CRM-система у закладі. Наприклад, стандартний набір дій: ведення бази відвідувачів, налаштування оповіщень для них та налаштування програм лояльності.

2. Знайти рішення для завдань, які ставить перед собою заклад. У цьому допоможе техпідтримка програми, яку заклад обирає. Найкраще, якщо в програмі є тестовий період – так наочно можна все подивитися та випробувати систему у закладі ресторанного господарства.

3. Дізнатися про інтеграцію системи CRM з іншими програмами. Наприклад, програмами для аналітики, розсилок, різними програмами лояльності та IP-телефонією.

Poster – хмарна програма для ресторану, в якій є вбудована CRM. З Poster можна вести облік у закладі та поєднувати з веденням клієнтської бази. Основні переваги CRM системи в Poster:

– повноцінна база гостей – у Poster можна додати всю необхідну інформацію про гостя до його анкети: ім'я та прізвище, стать, дату народження, номер телефону, e-mail та адресу, якщо заклад працює на доставку;

– анкета гостя закладу на терміналі – на терміналі офіціант зможе додати гостя до замовлення за номером телефону та побачити всю корисну інформацію про нього, у тому числі дату народження та баланс бонусів;

– програми лояльності – можна впроваджувати програми знижок та бонусів у Poster, щоб підвищити лояльність гостей;

– аналітика по гостям – можна переглядати статистику продажів по гостям та відстежувати, які гості ходять до закладу частіше, а яким можна запропонувати знижку чи акцію, щоб залучити їх до закладу [5].

Отже, щоб спростити офіціантам прийом замовлень, варто використовувати мобільну касу для закладу. Для цього достатньо мати смартфон із встановленим на ньому терміналом продажу. Так у кожного офіціанта буде доступ до роботи із замовленнями і не доведеться купувати кілька планшетів. Плюс у тому, що офіціанти зможуть навіть у мобільному бачити інформацію про гостя та застосувати його персональні знижки до замовлення або використати бонуси.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Голинська О., Мудрик І. Я. Роль CRM-системи у сучасних бізнес-процесах. *Матеріали X науково-технічної конференції «Інформаційні моделі, системи та технології» Тернопільського національного технічного університету імені Івана Пулюя*. 2022. С. 25-25.

2. Постова В.В. Система автоматизації обліку для закладів ресторанного господарства. *Економіко-правові дискусії: матеріали III Міжнародної науково-практичної Інтернет-конференції студентів, аспірантів та науковців*. 30 квітня 2022 р. Кропивницький: ЛА НАУ. 2022. С. 56-57.

ГОСТИННІСТЬ, СЕРВІС, ТУРИЗМ: ДОСВІД, ПРОБЛЕМИ, ІННОВАЦІЇ

3. Шпортко Г., Вишнеvsька М. Критерії вибору CRM-системи. *Трансформація податкової та обліково-аналітичної систем в контексті сучасних кризових явищ: матеріали Міжнародної науково-практичної конференції*, м. Чернівці (Україна, 20 травня 2021 р.). Чернівці: Технодрук, 2021. С. 340-342.
4. Юрчук Н. П. CRM-системи: особливості функціонування та аналіз українського ринку. *Науковий вісник Ужгородського національного університету. Серія: Міжнародні економічні відносини та світове господарство*. 2019. №. 23 (2). С. 141-147.
5. Як вибрати CRM-систему для кафе чи ресторану. URL: <https://joinposter.com/ua/post/crm-systema-rozshyrennya-mozhlyvostey> (дата звернення: 22.03.2023 р.).

*Пуць В. Б., магістрантка 1 року навчання,
спеціальність – 241 “Готельно-ресторанна справа”,
Київський національний університет культури і мистецтв
ORCID ID: 0009-0000-3373-5749
науковий керівник:
кандидат педагогічних наук, доцент,
доцент Василенко О.В.*

СУЧАСНИЙ СТАН ТА ОСНОВНІ ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ ТА СВІТІ

Ресторанні послуги в індустрії гостинності є одні з прогресивних динамік зростання в галузі економіки. Щороку попит на заклади харчування збільшується, відкриваються сучасні, технологічні ресторани. Щоб ресторан продовжував свою ефективну діяльність та був популярним, слід уважно спостерігати за тенденціями на світовому ресторанному ринку та впроваджувати інноваційні технології.

Відвідувачі ресторанів звертають увагу на інтер'єр, сервіс, професійні навички офіціанта, зовнішній вигляд та оформлення страв. Плануючи відкрити свій ресторанний заклад потрібно звернути увагу на наступні основні тенденції:

1. *Мінімальна кількість відходів на кухні.* Кожний заклад стикається з проблемою великої кількості відходів реалізації продукції. Щоб запобігти цьому, підприємці шукають всі можливі варіанти перероблення. Ресторани пропонують інноваційні та оригінальні страви з відходів, зберігаючи екологію.

2. *Акційні пропозиції та бонуси.* Ресторани, щоб збільшити кількість відвідувачів використовують додаткові пропозиції: страву вихідного дня, 1+1=3, бонуси при замовленні кулінарної продукції у вечірній час.

3. *Доставка з ресторану кулінарної продукції.* Замовникам подобається, не виходячи з дому, скуштувати смачні страви в домашній атмосфері. Ця послуга дає можливість не втрачати постійних споживачів та збільшити кількість нових.

Послуга доставки кулінарної продукції стрімко розвивається в світі, особливо під час пандемії.

«ГОСТИННІСТЬ, СЕРВІС, ТУРИЗМ: ДОСВІД, ПРОБЛЕМИ, ІННОВАЦІЇ»

**X МІЖНАРОДНА НАУКОВО-ПРАКТИЧНА
КОНФЕРЕНЦІЯ**

6-7 квітня 2023 рік

Тези доповідей

Відповідальний редактор: Плецан Х.В.
Комп'ютерне забезпечення: Лук'яненко В.В.

Підписано до друку 10.05.2023
Формат А4. Друк офсетний.
Наклад 50 прим.
Замовлення № 2084.

Видавничий центр КНУКіМ
Свідоцтво про внесення суб'єкта видавничої справи до державного реєстру видавців,
виготовників і розповсюджувачів видавничої продукції серія ДК №4776 від 09.10.2014.