



POLTAVA UNIVERSITY OF
ECONOMICS AND TRADE

НАУКА І МОЛОДЬ У ХХІ СТОРІЧЧІ

ЗБІРНИК МАТЕРІАЛІВ

X Міжнародної молодіжної
науково-практичної інтернет-конференції

(м. Полтава, 28 листопада 2024 року)



**Полтава
2025**

ПОЛТАВСЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ ЕКОНОМІКИ І ТОРГІВЛІ (ПУЕТ)

НАУКА І МОЛОДЬ У ХХІ СТОРІЧЧІ

ЗБІРНИК МАТЕРІАЛІВ

**X Міжнародної молодіжної
науково-практичної інтернет-конференції**

(м. Полтава, 28 листопада 2024 року)

**Полтава
ПУЕТ
2025**

УДК 001:378-053.6(082)

НЗ4

Друкується відповідно до Наказу по університету № 180-Н від 10 вересня 2024 року.

Розповсюдження та тиражування без офіційного дозволу ПУЕТ заборонено.

Організаційний комітет конференції

Н. С. Педченко, голова організаційного комітету, д-р екон. наук, професор, перший проректор ПУЕТ;

Н. І. Манжура, заступник голови організаційного комітету, завідувач науково-організаційного відділу ПУЕТ;

С. В. Гаркуша, д-р техн. наук, професор, в. о. директора Навчально-наукового інституту міжнародної освіти ПУЕТ;

Т. П. Гудзь, д-р екон. наук, професор, директор Навчально-наукового центру підготовки кадрів вищої кваліфікації ПУЕТ;

Ю. В. Перегуда, директор Міжнародного науково-освітнього центру;

А. С. Каченко, канд. техн. наук, доцент, директор Навчально-наукового інституту денної освіти ПУЕТ;

В. Л. Шимановська, директор Навчально-наукового інституту заочно-дистанційного навчання ПУЕТ.

Редакційна колегія

Головний редактор – **О. О. Нестуля**, д-р іст. наук, професор, ректор ПУЕТ.

Заступник головного редактора – **Н. С. Педченко**, д-р екон. наук, професор, перший проректор ПУЕТ.

Відповідальний секретар – **Н. І. Манжура**, завідувач науково-організаційного відділу ПУЕТ.

Відповідальний редактор – **Л. М. Діденко**, в.о. директора Центру інформаційного забезпечення освітнього процесу ПУЕТ.

Наука і молодь у ХХІ сторіччі: збірник матеріалів
НЗ4 Х Міжнародної молодіжної науково-практичної інтернет-конференції (м. Полтава, 28 листопада 2024 року). – Полтава : ПУЕТ, 2025. – 1127 с. – 1 електрон. опт. диск (CD-ROM). – Текст укр., англ. мовами.

ISBN 978-966-184-478-9

У збірнику представлено тези учасників Міжнародної молодіжної науково-практичної інтернет-конференції «Наука і молодь у ХХІ сторіччі» за тематичними напрямками: «Біотехнології та біоінженерія», «Готельно-ресторанна та курортна справа», «Економіка», «Комп'ютерні науки», «Маркетинг», «Менеджмент», «Міжнародні економічні відносини», «Облік і оподаткування», «Освітні, педагогічні науки», «Особистий розвиток і лідерство», «Патріотичне виховання в сучасному педагогічному процесі як складова національної безпеки незалежної України», «Підприємництво та торгівля», «Право», «Публічне управління та адміністрування», «Туризм і рекреація», «Філологія», «Фінанси, банківська справа, страхування та фондовий ринок», «Харчові технології», «Якість вищої освіти: проблеми, виклики перспективи»

УДК 001:378-053.6(082)

*Матеріали друкуються в авторській редакції мовами оригіналів.
За виклад, зміст і достовірність матеріалів відповідальні автори.*

ISBN 978-966-184-478-9

© Полтавський університет економіки і торгівлі, 2025

ВПРОВАДЖЕННЯ ІННОВАЦІЙНОГО ПРОДУКТУ НА ПІДПРИЄМСТВІ ГОТЕЛЬНОГО ГОСПОДАРСТВА

О. П. Риндяк, спеціальність Готельно-ресторанна справа, група ГРСм-21

*Н. В. Рогова, канд. техн. наук, доцент, доцент кафедри готельно-ресторанної та курортної справи
Полтавський університет економіки і торгівлі*

В умовах посилення конкуренції та глобалізації підприємства готельно-ресторанної сфери стикаються з необхідністю постійного вдосконалення своїх стратегій і методів для залучення споживачів, підвищення привабливості та зміцнення іміджу як підприємства, так і його продуктів. Успішність на ринку залежить від здатності готельних і ресторанних підприємств адаптуватися до змінюваного середовища та швидко реагувати на запити клієнтів. Для цього використовуються різні підходи та інструменти, що дозволяють не тільки утримати наявних клієнтів, але й привернути нових.

Використання сучасних цифрових інструментів, таких як онлайн-бронювання, мобільні додатки для гостей, системи лояльності, інтерактивні панелі для гостей та інші технології, що покращують досвід користування послугами готелю чи ресторану. Впровадження безконтактних послуг, таких як мобільний check-in, цифрові меню, оплата через додатки для зручності клієнтів.

Персоналізація сервісу, врахування індивідуальних уподобань клієнтів, що дозволяє підвищити рівень задоволеності гостей і сприяє повторним візитам. Використання даних про клієнтів для створення персоналізованих пропозицій та акцій, адаптованих до їхніх інтересів [1].

Розробка спеціальних пакетів послуг, таких як «вихідні дні», «для молодят», «для сімей з дітьми», «індивідуальні бізнес-пакети». Це дозволяє задовольнити різноманітні потреби клієнтів і створити додаткову цінність. Включення додаткових послуг, таких як СПА-процедури, тренажерні зали, екскурсії, оренда автомобілів, що збільшують привабливість готелю або ресторану.

Активне використання маркетингових стратегій для створення та просування бренду, орієнтуючись на специфічні сегменти ринку (наприклад, еко-туризм, гастрономічний туризм, сімейний відпочинок). Залучення гостей через соціальні мережі, блогерів, відео-огляди та позитивні відгуки клієнтів, що зміцнюють репутацію бренду.

Введення еко-дружніх практик, таких як використання екологічно чистих матеріалів, енергоефективність, управління відходами, що приваблює сучасних споживачів, орієнтованих на стійкий розвиток. Просування послуг в контексті еко-туризму, організація заходів, які сприяють збереженню природи та довкілля.

Розробка унікальних концепцій і тем, таких як готелі з тематичними інтер'єрами, ресторани з особливими гастрономічними пропозиціями або заходи (наприклад, винні дегустації, кулінарні майстер-класи). Створення інтерактивного досвіду для гостей через участь у культурних, гастрономічних або розважальних програмах.

Отримання міжнародних і національних нагород, сертифікатів якості або стандартів, що підвищують довіру споживачів. Створення позитивної репутації шляхом регулярного оцінювання послуг через незалежні платформи та сервіси відгуків.

У сучасному готельному та ресторанному бізнесі ключовими чинниками для підтримки конкурентоспроможності є здатність адаптуватися до змін на ринку, використання інноваційних технологій та маркетингових стратегій, а також орієнтація на персоналізацію обслуговування та інтеграцію стійких практик. Всі ці інструменти допомагають не лише залучати нових клієнтів, але й створювати лояльність серед постійних гостей, забезпечуючи довгострокову успішність бізнесу [2].

Список використаних джерел

1. Баташева М. А. Конкурентоспроможність підприємства: сутність і способи її ефективного підвищення. Молодий вчений. 2015. № 21. С. 355–358.
2. The 8 Best Types of Training Methods for Your Employees [Електронний ресурс]. URL: <https://www.indeed.com/career-advice/career-development/best-types-employee-trainingmethods> (дата звернення: 19.11.2024).