

**ВСП «ХАРКІВСЬКИЙ ТОРГОВЕЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИЙ  
ФАХОВИЙ КОЛЕДЖ ДЕРЖАВНОГО ТОРГОВЕЛЬНО-  
ЕКОНОМІЧНОГО УНІВЕРСИТЕТУ»**

**ЗВІТ**

<b>Назва практики</b>	<b>Практична підготовка : переддипломна практика</b>
<b>Циклова комісія</b>	<b>Харчових технологій, готельно-ресторанної справи та туризму</b>
<b>Галузь знань</b>	<b>24 «Сфера обслуговування»</b>
<b>Спеціальність</b>	<b>241 Готельно-ресторанна справа</b>
<b>Освітньо-професійна програма</b>	<b>Готельно-ресторанна справа</b>
<b>Прізвище, ім'я, по батькові здобувача</b>	<b>Дерев'яшкіна А.С.</b>
<b>Курс, академічна група</b>	<b>4 курс, група ГРБ-21</b>

**Харків 2025**

**Календарний графік проходження виробничої  
(переддипломної) практики**

№ з/п	Назва робіт	Тижні проходження практики		Відмітки про виконання
		1	2	
1	Оформлення на практику, знайомство з індивідуальним завданням.	+		Виконано
2	Збір теоретичного матеріалу згідно індивідуального завдання.	+		Виконано
3	Робота над теоретичним обґрунтуванням обраної теми дослідження.	+		Виконано
4	Підготовка вступу та 1 розділу наукового дослідження		+	Виконано
5	Написання та оформлення звіту		+	Виконано

Керівник практики:



викладач Юлія БЕРЕЖНА

(посада, ім'я, прізвище)

## Вступ

Інноваційні методи – це сучасні підходи, технології та стратегії, які спрямовані на вдосконалення процесів, підвищення ефективності та конкурентоспроможності в різних сферах діяльності. Вони базуються на впровадженні нових ідей, використанні передових технологій та адаптації до змін у зовнішньому середовищі.

Сьогодні готелі, ресторани, курорти, авіалінії, туристичні компанії та інші представники гостинної сфери активно впроваджують інноваційні методи стимулювання попиту, які поєднують передові технології, маркетингові стратегії та поведінкову економіку. Саме тому дослідження ефективних сучасних підходів до залучення клієнтів є не лише актуальним, а й критично важливим для розвитку галузі в умовах жорсткої конкуренції та зростаючих очікувань споживачів.

Термін «індустрія» походить від латинського слова *indústría*, що означає «старанність, діяльність». У сучасному розумінні він стосується промислового виробництва, яке базується на використанні технічних засобів і технологій. До кінця ХХ століття в Україні термін «індустрія гостинності» майже не застосовувався. Однак із переходом країни до ринкової економіки та зростанням кількості незалежних компаній, що конкурують між собою, підвищилася увага до вивчення потреб споживачів і методів їх ефективного задоволення. Виникла необхідність у формуванні міжгалузевого комплексу, що об'єднує підприємства, орієнтовані на надання послуг у сфері гостинності.

Сучасна сфера гостинності є глобальним соціально-економічним явищем. Функціонуючи в умовах жорсткої конкуренції, підприємства цієї сфери бізнесу не можуть недооцінювати

важливість інноваційної складової, розвиток якої є вагомим чинником конкурентоспроможності.

### **Актуальність дослідження**

Готельно-ресторанне підприємство є важливою складовою сфери гостинності та туризму. Воно поєднує в собі функції розміщення, харчування та дозвілля для клієнтів, що сприяє комфортному перебуванню гостей та розвитку туристичної індустрії. У період з 2022 по 2025 роки готельно-ресторанний бізнес України зазнав значних змін, обумовлених як внутрішніми, так і зовнішніми факторами. Ці зміни детально аналізуються в наукових дослідженнях, що висвітлюють тенденції та перспективи розвитку галузі.

Індустрія гостинності є одним із пріоритетних напрямів розвитку економіки й культури багатьох країн та важливим чинником соціально-економічного прогресу. Динамічний розвиток галузі значною мірою забезпечується завдяки інноваційній діяльності, спрямованій на пошук і активне впровадження інновацій для постійного оновлення й розширення спектру послуг, освоєння та випуску послуг якісно нового рівня.

Індустрія гостинності охоплює широкий спектр професійних напрямів, зокрема туризм, готельний і ресторанный бізнес, громадське харчування, організацію дозвілля та розваг, проведення конференцій, виставок і семінарів. До цієї сфери також належать спортивні заходи, музейна та екскурсійна діяльність, а також освіта у галузі гостинності.

## **РОЗДІЛ 1**

### **ЕВОЛЮЦІЯ ПІДХОДІВ ДО СТИМУЛЮВАННЯ ПОПИТУ В ІНДУСТРІЇ ГОСТИННОСТІ**

#### **1.1. Ключові фактори індустрії гостинності**

Індустрія гостинності особливо потребує інноваційних методів стимулювання попиту через кілька ключових факторів:

##### **Розвиток туризму**

Туристична галузь постійно розширюється, зростає кількість мандрівників, які очікують високого рівня сервісу, зручності та унікальних вражень. Інновації, такі як цифрові технології, автоматизовані сервіси та персоналізовані пропозиції, допомагають готелям та ресторанам залучати більше клієнтів і відповідати їхнім очікуванням.

##### **Глобальна конкуренція**

Сучасний ринок гостинності стає дедалі конкурентнішим, оскільки готелі та ресторани з усього світу борються за клієнтів. Інноваційні методи, такі як інфлюенсер-маркетинг, унікальні концепції готелів (капсульні, еко-готелі, смарт-готелі) та розширені програми лояльності, допомагають виділитися серед конкурентів та утримувати гостей.

##### **Змінні споживчі тенденції**

Сучасні клієнти стали більш вибагливими – вони шукають екологічні, технологічні та персоналізовані послуги. Попит на зелені готелі, цифрові сервіси (безконтактне бронювання, розумні номери), унікальні гастрономічні пропозиції та оздоровчі тури зростає.

У контексті **індустрії гостинності**, інноваційні методи можуть включати:

Метод стимулювання	Опис	Вплив на попит (%)	Дохід (%)
Цифровий маркетинг	Реклама в соцмережах, Google Ads	+15%	+12%
Програми лояльності	Система бонусів та знижок	+20%	+15%
Еко-програми	Використання екологічних матеріалів	+10%	+8%
Автоматизація обслуговування	QR-меню, електронне бронювання	+18%	+14%
Соціальна відповідальність	Підтримка місцевих благодійних програм	+5%	+4%

Такі методи дозволяють підприємствам адаптуватися до сучасних викликів, покращувати якість послуг і залучати більше клієнтів.

## 1.2. Сутність і значення інноваційних методів у маркетингу

**Піонерні інновації** – це унікальні продукти або технології, впроваджені в готельному бізнесі, які докорінно змінюють індустрію та замінюють застарілі рішення. Такі нововведення створюють абсолютно нові концепції готельного сервісу.

Прикладами піонерних інновацій є нестандартні формати готелів, зокрема готелі-маяки, капсульні готелі, готелі на деревах, льодові готелі та інші унікальні концепції.

Крім того, до таких нововведень відносяться і ексклюзивні послуги для гостей, наприклад, персональний сомельє, особистий дворецький або шот-гід, які забезпечують особливий рівень комфорту та обслуговування.

**Модифікаційні інновації** – це покращення та вдосконалення вже існуючих послуг у готельному бізнесі, спрямовані на більш ефективно задоволення потреб клієнтів. Вони не створюють принципово нових рішень, але суттєво підвищують рівень комфорту та зручності для гостей.

Наприклад, спочатку готелі почали пропонувати короткострокову оренду номерів на кілька годин для бізнес-туристів, яким потрібно

прийняти душ, відпочити після перельоту або підготуватися до важливої зустрічі. Згодом цей підхід став популярним і поширився серед великих міських готелів та міжнародних готельних мереж таких як Holiday Inn, Ibis, Novotel, Hilton, Sheraton, що зробило подібну послугу стандартом у галузі гостинності.

Всі готельні підприємства приділяють увагу інноваційній діяльності по мірі власних можливостей, оскільки розуміють, що тільки впроваджуючи інновації можливо зберегти та поліпшити власні конкурентні позиції на ринку.

### **1.3. Переваги маркетингу впливу для індустрії гостинності**

**Підвищення впізнаваності бренду:**

Завдяки охопленню широкої аудиторії через соцмережі, інфлюенсери сприяють зростанню впізнаваності бренду серед тисяч потенційних клієнтів.

**Високий рівень залучення аудиторії:**

Контент інфлюенсерів часто викликає інтерес, залучення і коментарі, що сприяє додатковому охопленню та підвищує вплив на цільову аудиторію.

**Формування позитивного іміджу:**

Співпраця з відомими блогерами, які мають хорошу репутацію, допомагає створити позитивний імідж закладу та підвищити довіру клієнтів.

У ресторанному бізнесі України використовуються різні види інновацій: безкоштовний Wi-Fi; організація додаткових послуг, таких як кулінарні шоу; організація та проведення кулінарних завдань; застосування інноваційних технологій у приготуванні їжі; інтерактивне меню; макети для демонстрації страв меню; автоматизація процесів ресторанного обслуговування, технологія QR-кодів, ідентифікація карток контролю персоналу та ін.

До лідерів на ринку готельних послуг України, за критеріями — сервіс, зручність, інноваційність можна віднести: 11 Mirrors Design Hotel, Київ; Senator Apartments Maidan, Київ; Швейцарський, Львів; Kharkiv Palace Premier Hotel, Харків; Hilton, Київ.

## **Розділ 2**

### **Методи стимулювання попиту за допомогою сучасних цифрових платформ.**

#### **2.1. Впровадження програм лояльності нового покоління.**

**Гейміфікація** – клієнти можуть заробляти бали за використання послуг та обмінювати їх на знижки або подарунки.

**Індивідуальні знижки та пропозиції** – адаптовані до конкретного споживача на основі його історії покупок.

**Програми рефералів** – мотивація клієнтів рекомендувати заклад своїм друзям за бонуси.

Інноваційний підхід в готельному бізнесі може зводитися до використання не лише прогресивних інформаційних технологій і випуску нових послуг, але і цілого комплексу нововведень, що зачіпають усі сфери в області управління (управління якістю, фінансами, персоналом і так далі). При цьому найбільш ефективною інноваційна політика підприємства буде у разі одночасного впровадження різних типів інновацій.

На кожному підприємстві існує набір стандартних технологій по здійсненню поточних операцій і обслуговуванню гостей. Але їх наявність не забезпечує підприємству конкурентних переваг. Тому керівництво кожного великого готелю намагається знайти нові технологічні розробки для своїх проєктів. Якщо ще кілька років тому такі технологічні нововведення були пов'язані з можливими змінами в проведенні операції без втручання комп'ютерних

технологій, то зараз цей процес немислимий без останніх новітніх розробок в області інформатики.

## **2.2. Інноваційні маркетингові стратегії**

Нові підходи до просування послуг:

**Інфлюенсер-маркетинг** – співпраця з популярними блогерами та лідерами думок.

**Контент-маркетинг** – створення корисного контенту (блоги, відеоогляди, подкасти).

**Big Data та аналітика** – прогнозування попиту, аналіз відгуків клієнтів для покращення сервісу.

Окрім технологій і маркетингових стратегій, важливу роль відіграють інновації в сфері обслуговування. Автоматизація та роботизація покращують якість сервісу, зменшують витрати та підвищують швидкість обслуговування. Використання роботів-офіціантів, інтерактивних екранів та систем самообслуговування значно оптимізує процес взаємодії з клієнтами. Все більшої популярності набуває концепція сталого розвитку, що передбачає використання екологічних матеріалів, зменшення рівня відходів та впровадження енергоефективних технологій.

## **2.3. Як ці дані використовуються для персоналізації.**

### **Індивідуальні пропозиції та знижки**

- Наприклад, готель може запропонувати постійному клієнту номер з видом на море, якщо він замовляв такий раніше.
- Ресторан може надіслати купон на улюблену страву клієнта перед його днем народження.

### **Персоналізація комунікацій**

- Автоматизовані email-розсилки з пропозиціями на основі попередніх уподобань.

### **Динамічне ціноутворення**

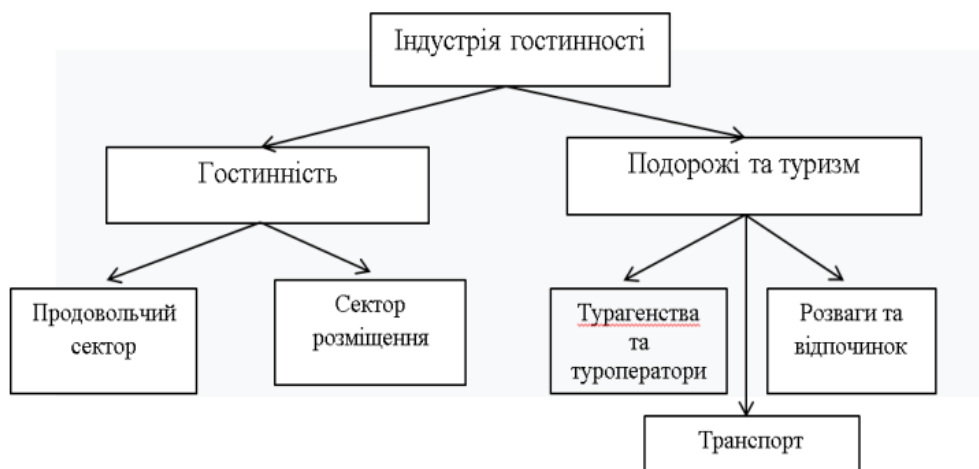
- Готелі можуть коригувати ціни залежно від історії бронювань клієнта, часу його відвідувань або попиту на номери.

### Поліпшення обслуговування

- Співробітники отримують дані про вподобання гостей, що дозволяє їм заздалегідь підготувати комфортні умови.
- Відомості про алергії або дієтичні обмеження допомагають персоналу ресторанів адаптувати меню під клієнта.

Інноваційні технології націлені на підвищення якості продукції (послуг) та вдосконалення самої виробничої сфери. Право на життя самого терміна, як інноваційні технології передбачає не просто щось нове або якесь незвичайне нововведення, а саме те, яке призначення і яка можливість зможе кардинально збільшити ефективність виробництва (процесу).

Індустрія туризму та гостинності сприймається як єдиний комплекс через їхню тісну взаємопов'язаність та особливості туристичної сфери, зокрема її структуру та організацію. Такої ж точки зору дотримуються дослідники Дж. Дітмер і Дж. Гріффін, які підкреслюють, що індустрія гостинності включає не лише послуги гостинності, а й сферу подорожей і туризму.



## Розділ 3

### Тенденції розвитку готельно-ресторанного бізнесу в Україні (2022-2024 роки)

#### 3.1. Прогноз розвитку маркетингових технологій

**Вплив воєнних дій:** Дослідження Наталії Мамонтенко (2024) підкреслює, що воєнні дії на території України суттєво вплинули на функціонування готельно-ресторанного сектору. Багато підприємств були змушені призупинити діяльність або адаптуватися до нових умов, що вплинуло на загальний обсяг наданих послуг та кількість зайнятих у галузі працівників.

**Адаптація до нових умов:** Олена Нищенко (2022) зазначає, що підприємства готельно-ресторанного бізнесу активно впроваджують нові стратегії для виживання та розвитку в умовах воєнного стану.

Серед таких стратегій — оптимізація ресурсів, впровадження нових послуг та підвищення якості обслуговування.

**Зміни у структурі ринку:** За даними Н.А. Антошкової спостерігається зростання сегменту фаст-фудів, пекарень та кав'ярень, які складають майже 40% ринку. Ця тенденція свідчить про зміну споживчих уподобань та адаптацію бізнесу до нових реалій.

**Перспективи розвитку:** Очікується, що після стабілізації ситуації в країні готельно-ресторанний бізнес зосередиться на відновленні інфраструктури, підвищенні якості послуг та впровадженні інноваційних технологій для залучення клієнтів.

**Інвестиції та міжнародна співпраця:** Прогнозується збільшення інвестицій у галузь, а також розширення міжнародної співпраці, що сприятиме інтеграції українського готельно-ресторанного бізнесу у світовий ринок.

#### 3.2. Роль інновацій у підвищенні попиту

Інноваційні методи сприяють підвищенню попиту, залучаючи нових клієнтів і підвищуючи рівень задоволеності постійних. Нижче наведено основні види інновацій, які впливають на попит у сфері гостинності.

### **1. Технологічні інновації:**

Технології дозволяють значно покращити клієнтський досвід та оптимізувати операційні процеси. До прикладів належать мобільні додатки для бронювання, безконтактні системи оплати, QR-меню, роботизовані офіціанти.

Використання Big Data дозволяє аналізувати поведінку клієнтів та налаштовувати пропозиції під їхні інтереси.

**Вплив на попит:** Технологічні інновації підвищують зручність, швидкість обслуговування та дозволяють закладам адаптуватися під очікування сучасних клієнтів.

### **2. Соціальні інновації:**

Соціальні інновації стосуються впровадження послуг і заходів, що створюють додаткову цінність для суспільства. Це може включати організацію подій для громади, підтримку місцевих ініціатив, благодійні програми.

Такі ініціативи створюють позитивний імідж закладу як соціально відповідальної організації та допомагають залучити нову аудиторію.

**Вплив на попит:** Клієнти, які поділяють соціальні цінності, віддають перевагу закладам, що демонструють відповідальність перед суспільством.

### **3. Екологічні інновації:**

Все більше клієнтів надають перевагу екологічно свідомим закладам. Екологічні інновації можуть включати використання багаторазових матеріалів, переробку відходів, зниження вуглецевого сліду.

Заклади можуть пропонувати спеціальні знижки для гостей, які підтримують екологічні ініціативи, наприклад, використовують багаторазові пляшки чи відмовляються від щоденної заміни рушників.

**Вплив на попит:** Еко-френдлі практики залучають екологічно свідомих клієнтів, які готові підтримувати бізнеси з відповідальною позицією щодо природи. Інноваційні методи стимулювання попиту сприяють залученню клієнтів, підвищенню їхньої лояльності та створюють нові можливості для розвитку індустрії гостинності.

### **Висновки**

Індустрія гостинності в 2022-2025 роках активно розвивається завдяки інноваціям. Використання цифрових технологій, персоналізація послуг, екологічні ініціативи та сучасні маркетингові стратегії дозволяють залучати клієнтів і підвищувати конкурентоспроможність бізнесу. Застосування цих методів сприятиме подальшому зростанню галузі та задоволенню потреб сучасних споживачів. Кожен із видів інновацій пов'язаний між собою та складає цілісну структуру інноваційного маркетингу. Комбінування інновацій призводить до інноваційних змін у маркетинговому комплексі підприємства.

У готельному бізнесі інновації впливають на технологічні аспекти виробництва готельних послуг та інструменти маркетингу. Із загостренням конкуренції готельні компанії змушені шукати нові шляхи вдосконалення та залучення. Для збереження конкурентоспроможності та ефективного розвитку, а також залучення іноземних туристів до українських готелів необхідно активно впроваджувати інноваційні технології, які використовують провідні готельні компанії світу.

Інноваційна діяльність підприємств готельно-ресторанного бізнесу України здійснюється за рахунок оновлення продукції (технологій), шляхом впровадження інновацій підвищується техніко-економічний рівень послуг, підвищується якість і конкурентоспроможність послуг.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Гуменюк Н. В. "Інновації у сфері гостинності: тенденції та перспективи" – Київ: Видавництво "Освіта", 2023.
2. Шевченко Л. А. "Цифрові технології в готельному бізнесі" – Харків: Видавництво "Фактор", 2022.
3. Петрова О. І. "Маркетингові стратегії стимулювання попиту в індустрії гостинності" – Львів: "Академія", 2024.
4. Черненко В. С. "Сталий розвиток та екологічні інновації у готельно-ресторанній справі" – Одеса: "Наука і практика", 2023.
5. Иванов Д. П. "Персоналізація сервісу в умовах цифрової трансформації" – Дніпро: "Нові технології", 2023.
6. [https://qbtools.com.ua/uk/blog/horeca-2025-novovvedennya-shcho-zminyat-industriyu-gostinnosti?utm\\_source](https://qbtools.com.ua/uk/blog/horeca-2025-novovvedennya-shcho-zminyat-industriyu-gostinnosti?utm_source)
7. [https://tourlib.net/statti\\_ukr/barabash.htm](https://tourlib.net/statti_ukr/barabash.htm)

№ з/п	Назва робіт	Тижні проходження практики			Відмітки про виконання
		1	2	3	
1	Організаційно-економічна характеристика об'єкту практики	+			Виконано
2	Планування, управління та контроль діяльності на підприємстві	+			Виконано
3	Характеристика товарної політики підприємства		+		Виконано
4	Розробка заходів для покращення роботи торговельного підприємства (організацій, установ)		+		Виконано
5	Індивідуальне завдання			+	Виконано
6	Складання та захист звіту			+	Виконано

Керівник практики: \_\_\_\_\_

викладач Наталія КУРИЛОВА  
(посада, ім'я, прізвище)