

Львівський державний університет фізичної культури імені Івана Боберського



WYŻSZA SZKOŁA
NAUK O ZDROWIU



ІННОВАЦІЇ, ГОСТИННІСТЬ, ТУРИЗМ: НАУКА, ОСВІТА, ПРАКТИКА

*Збірник тез доповідей
IV Всеукраїнської
науково-практичної конференції
молодих учених
з міжнародною участю
(30 травня 2024 року, м. Львів)*

м. Львів

30 травня 2024 року



Рецензенти:

доктор історичних наук, професор

Наталія ЧОРНА

*(Вінницький торговельно-економічний інститут
Державного торговельно-економічного університету)*

доктор педагогічних наук, професор

Мирослава ДАНИЛЕВИЧ

(Львівський державний університет фізичної культури імені Івана Боберського)

Рекомендувала до друку вчена рада

*Львівського державного університету фізичної культури імені Івана Боберського
(протокол № 8 від 13 червня 2024 р.)*

I 66

Інновації, гостинність, туризм: наука, освіта, практика : зб. тез доп.

IV Всеукр. наук.-практ. конф. мол. учених з міжнародною участю (30 травня 2024 року, м. Львів). – Львів : ЛДУФК ім. Івана Боберського, 2024. – 361 с.

У тезах доповідей IV Всеукраїнської науково-практичної конференції молодих учених висвітлено результати досліджень пріоритетів і перспектив розвитку підприємств готельно-ресторанного бізнесу; сучасні тенденції та регіональні пріоритети розвитку туризму в умовах глобалізації; соціально-економічні засади менеджменту та маркетингу індустрії гостинності; актуальні проблеми модернізації готельно-ресторанного господарства.

Матеріали будуть корисними для студентів, викладачів, науковців і працівників індустрії гостинності.

УДК 001.895:338.483.13:392.72(043)

Матеріали публікуються в авторській редакції

© Львівський державний університет

фізичної культури імені Івана Боберського, 2024

Марина Рябенка

канд. екон. наук, доцент

доцент кафедри туризму та готельно-ресторанної справи
Вінницький торговельно-економічний інститут ДТЕУ

УДОСКОНАЛЕННЯ УПРАВЛІННЯ КОМУНІКАЦІЙНОЮ ПОЛІТИКОЮ ЗАКЛАДІВ РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ

Комунікації є важливою складовою ефективного функціонування будь-якого підприємства. На підприємствах ресторанного бізнесу комунікація перестала бути просто способом передавання інформації, а стала одним із важливих інструментів управління діловими відносинами. Інформація, комунікації разом із засобами забезпечення їх ефективного використання, тобто каналами, становлять інфраструктуру управління закладами.

Комунікаційна політика повинна постійно вдосконалюватися з урахуванням інформаційного навантаження споживачів, рівня розвиненості систем внутрішньої та зовнішньої взаємодії закладів ресторанного бізнесу із суб'єктами маркетингового середовища, а також з урахуванням зростаючого різноманіття інструментів і засобів комунікацій. Формування ефективної системи комунікацій для забезпечення реалізації ресторанної продукції в умовах глобалізації ринків і значного посилення конкуренції стає однією з вирішальних умов ринкового успіху підприємств.

Комунікаційні зв'язки стали не лише технологією передачі необхідної інформації, а індикатором його успішності, інструментом формування ділових відносин та економічного благополуччя [1].

Метою дослідження є пошук інструментів удосконалення системи управління закладом ресторанного бізнесу через поліпшення комунікаційних процесів.

Цілі комунікаційної політики підприємств витікають безпосередньо з аналізу можливих проблем і сприятливих можливостей. Комунікаційні цілі можуть плануватися з використанням моделей ієрархії результатів, які будуть основою для визначення ступеня впливу на споживачів. Цілі комунікаційної

політики підприємства зазвичай потрапляють до однієї з чотирьох категорій, які представлені на рис. 1.

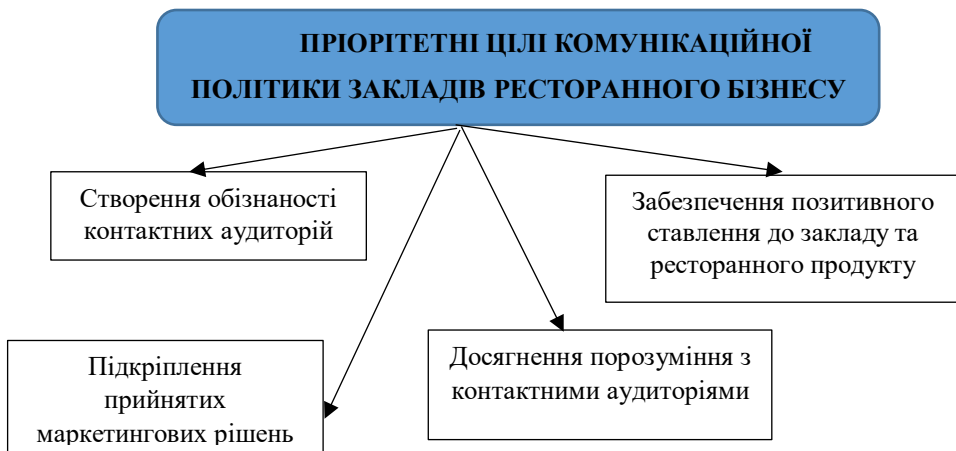


Рисунок 1. Цілі комунікаційної політики закладу ресторанного бізнесу

Ефективність маркетингових комунікацій залежить від особистих характеристик кожного із суб'єктів маркетингової системи, а також від використовуваних засобів комунікацій і методів їх стимулювання. Проведений аналіз щодо маркетингових комунікацій дозволяє виділити наступні інструменти комунікаційної політики: традиційна та цифрова реклама, зв'язки з громадськістю (PR), маркетинг в соціальних мережах, прямий маркетинг та інші інструменти.

Позиціонування послуг підприємств сфери гостинності на ринку важливо проводити, враховуючи ті переваги, які бажає відчути споживач та отримати сервіс за власним вподобанням і запитом. Від рівня розвитку комунікаційних зв'язків залежить успішність провадження бізнесової діяльності підприємств сфери послуг. Чітке розмежування інформаційного насичення кожного цільового каналу поширення даних та сегментування рівня доступу до внутрішньої інформації підприємства в загальній базі даних дає можливість

організувати ефективну систему управління закладом ресторанного бізнесу [2].

Зручність користування послугами індустрії гостинності визначається рівнем насичення технологічними інноваціями, які сприяють більшій доступності запропонованого сервісу чи послуги. Канали комунікацій сучасних підприємств ресторанного бізнесу розширюються через розробку та інтегрування в господарську діяльність мобільних додатків. Дані сервіси надають можливість безпосередньо комунікувати в режимі онлайн користувачу із відділом менеджменту і маркетингу підприємства, замовити послугу, дізнатись вартість, переглянути інтер'єр чи вигляд і склад страви. Володіючи сучасними технологіями комунікацій із гостем, заклад ресторанного бізнесу може розробити різноманітні канали зв'язків, що є основою конкурентоспроможності та успіху в ринковому середовищі.

Ключові слова: управління, комунікація, комунікаційна політика, ресторанний бізнес, індустрія гостинності.

Список використаних джерел:

1. Громова О. В. Комунікаційна політика в системі управління зовнішньоекономічною діяльністю підприємства / Громова О. В., Оробінський О. С. // Приазовський економічний вісник. – 2019. – Вип. 6(17). – С. 118–121.

2. Фостолович В. А. Удосконалення управління закладами готельно-ресторанного бізнесу через поліпшення комунікаційних процесів / Фостолович В. А., Павлова С. І., Гуртовий Ю. А. // Економіка та суспільство. – 2023. – Вип. 56. <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-56-114> (дата звернення: 15.05.2024).