

ЕКОНОМІКО-СОЦІАЛЬНІ ВІДНОСИНИ В ГАЛУЗІ ФІЗИЧНОЇ КУЛЬТУРИ ТА СФЕРІ ОБСЛУГОВУВАННЯ

Тези доповідей
VII Міжнародної науково-практичної конференції
(24–25 квітня 2025 року, м. Львів)

За загальною редакцією Наталії ПАВЛЕНЧИК

Львів
ЛДУФК ім. Івана Боберського
2025

УДК 338.487:659.1

ІННОВАЦІЙНИЙ ПІДХІД ДО ЕФЕКТИВНОСТІ РЕКЛАМНИХ РІШЕНЬ НА ПРИКЛАДІ ГОТЕЛЮ «FEST HOTEL»

Ольга Тесля

кандидат технічних наук, доцент

Львівський державний університет фізичної культури імені Івана Боберського (Україна)

Марія Стадник

студентка

Львівський державний університет фізичної культури імені Івана Боберського (Україна)

Для просування продуктів і послуг підприємств готельно-ресторанного бізнесу компанії застосовують різні маркетингові інструменти. Найбільш ефективним і цілеспрямованим інструментом доведення інформації до споживача, а також дієвий засіб конкурентної боротьби на ринку готельно-ресторанних послуг є саме реклама. Боротьба за споживача в ринкових умовах стає дедалі витонченою та загостреною, і саме реклама як складова маркетингу дає змогу просувати продукти й послуги за допомогою цілеспрямованого інформаційного впливу на споживача. Відтак популяризація пропозицій ринку готельно-ресторанних послуг наразі немислима без реклами — інформативної, достовірної, помітної, емоційно насиченої, здатної до переконання. Вона залишається найбільш значущим елементом комунікаційного впливу в індустрії гостинності [1].

Ефективність реклами значною мірою залежить від способу її подачі, акценту на яскраво вираженій індивідуальності, певну концептуальності. Тож у разі планування рекламної кампанії треба визначити, яким чином подавати рекламу, щоб спрямувати її на підвищення іміджу підприємств готельно-ресторанного бізнесу. Таким принципом скористувалися засновники, коли створювали «FEST hotel». Це демократичний, сучасний готель, який належить до мережі «FEST». Він відомий своїм унікальним дизайном, атмосферою та високим рівнем сервісу. Розповідає про наше місто, зокрема про те круте і цікаве, те справжнє, що було у Львові колись і залишилось лише образами на старих фото чи в пам'яті старих львів'ян. Це і Виставка крайова — найбільша в Європі промислова міжнародна виставка 1894 року, і старі львівські летовища та перші рейси, і «гіперлуп» 30-х років під назвою «Люкс-Торпеда».

Фасад готелю зроблений із кортенової сталі, яка змінює вигляд щомісяця, тому що така сталь окислюється, набуває іржавого забарвлення і надалі не потребує фарбування чи іншого обслуговування. З плином часу готель набуватиме все іншого забарвлення — від сірого до багряно-коричневого [2].

Щороку готельна клієнтура стає дедалі досвідченою та вибагливою, а інтер'єри готелів поступово перетворюються в цікаві артоб'єкти. Стиль готелю визначений як арт-готель із сучасним інтер'єром. Специфіка: кожен поверх має свій унікальний колір, а в кожному номері — різний малюнок на стіні. В інтер'єрі кожного номера використано авторські колажі та фото старого Львова.

Готелі з чітко розробленою концепцією дають змогу не тільки насолодитися повноцінним відпочинком, ще і дізнатися щось нове і цікаве для себе. Такий вид бізнесу новий для нашої країни, саме із цієї причини оригінальний готель користуватиметься підвищеною увагою туристів [3].

Список використаних джерел:

1. Гузар У., Голод А., Паска М., Петришин Н., Тесля О., Тихоновський М. Особливості та перспективи розвитку індустрії гостинності в Україні. *Фінансово-кредитна діяльність: проблеми теорії та практики.* 2024. Т. 3(56). С. 410–422. DOI: 10.55643/fcaptp.3.56.2024.4371
2. Готель! FEST Hotel. URL: https://hotels24.ua/uk/Lviv/Hotel-FEST-Hotel-11607.html
3.Арт готель. URL: https://modern-art-hotel.virtual.ua/ua/