в професійний розвиток свого персоналу, надаючи їм не лише необхідні знання та навички, але й навчаючи емпатії та спілкування. Це дозволяє персоналу ефективно взаємодіяти з різними типами клієнтів та вирішувати будь-які ситуації з готовністю й професіоналізмом.

Третій принцип культури обслуговування готельної мережі Hilton – це постійна інновація та адаптація до змін. Мережа готелів Hilton завжди прагне вдосконалювати свої послуги та відповідати потребам сучасного ринку. Впровадження новітніх технологій, інноваційних підходів та стратегій дозволяє мережі не лише зберігати своє лідерство в галузі, але й постійно підвищувати якість обслуговування для задоволення потреб сучасного гостя.

Таким чином, культура обслуговування в готельній мережі Hilton не лише визначає її успішність, але й встановлює стандарти високоякісного обслуговування для всієї галузі гостьового бізнесу. Її принципи та цінності слугують прикладом для інших готельних брендів та підприємств обслуговування, які прагнуть досягти високих результатів та задоволення своїх клієнтів.

Список використаних джерел:

1. Офіційний сайт готельної мережі Hilton URL: https://www.hilton.com/en/ (дата звернення 23.03.2025)

Канд. іст. наук Сливенко В. А, Січевий В. М.

Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)

УДОСКОНАЛЕННЯ ЯКОСТІ ОБСЛУГОВУВАННЯ НА ПІДПРИЄМСТВАХ ІНДУСТРІЇ ГОСТИННОСТІ

Подорожуючи різними країнами, люди знайомляться з традиціями та колоритом інших держав, купують одяг, взуття, сувеніри, прикраси, і навіть привозять зі своїх поїздок національну їжу. Однак, не потрібно забувати, що якість послуг підприємств у сфері гостинності залежить від тієї країни куди прагнути приїхати туристи відпочити і отримати високоякісний і доступний відпочинок на рівні світових стандартів у сфері обслуговування. У сфері гостинності існують два види послуг: основні та додаткові. До основних

відноситься проживання та харчування, до додаткових – користування хімчисткою, тренажерним залом, басейном, сауною, СПА процедурами, трансфер, піднос багажу [1].

Сьогодні вітчизняна індустрія гостинності вимагає велику кількість кваліфікованого персоналу, як у готельно-ресторанному бізнесі, так і у сфері організації додаткових послуг. Пов'язано це в першу чергу із сезонним попитом на робочі місця в індустрії туризму. Дослідники, вивчаючи міжкультурну проблематику комунікацій у сфері гостинності, зазначають, що нерозуміння особливостей ділової культури, традицій, сімейних цінностей та правил поведінки призводить до низки проблем.

Необхідно відмітити, що знання про культуру, особливості мови, стилі поведінки в повсякденному житті, грамотне обслуговування туристів є основою для ведення бізнесу у сфері гостинності. Існує велика потреба кваліфікованих кадрів для надання повноцінних послуг та запровадження інновацій [2]. На даний момент існують поки що не вирішені проблеми у сфері гостинності, а саме:

– низький рівень знання іноземних мов;

– відсутність досвіду роботи у сфері обслуговування;

– незадовільні комунікації та погана стресостійкість;

– відсутність мотивації, культури мови, культури поведінки, духовної, релігійної та естетичної культури, незнання норм гуманізму та милосердя [3].

Нестача кваліфікованого персоналу, не тільки у готельно-ресторанному бізнесі, а й у сфері організації додаткових послуг, уповільнює розвиток в'їзного туризму та потребує реформ. Пов'язано це з дефіцитом добре підготовленого та високоосвіченого персоналу у сфері обслуговування: адміністративного корпусу, клінінгових сервісів, громадського харчування, гідів та гідів-перекладачів [4].

Тому дослідники пропонують нові ідеї щодо підвищення якості обслуговування у сфері гостинності:

1) у період навчання у вузах включити до основної програми навчання студентів лекції, в яких будуть розглянуті такі поняття, як: культура мови, суспільна свідомість, релігійна та духовна культура, гуманізм та милосердя, географічний огляд, навички адаптації та соціальної психології. Наприклад,

ввести в курс навчання лекції про культуру мови та доручити провести їх артистам театрів, співробітникам бібліотек та музеїв;

2) задіяти соціальних психологів, які підготують студентів (майбутніх працівників сфери обслуговування) до адаптації конфліктних ситуацій, надати навички початкової психології, зокрема соціальної сприйнятливості, здатності слухати людину, логічного мислення, бути контактними та чуйними;

3) застосувати тестування претендентів на нове робоче місце штатним соціальним психологом;

4) задіяти під керівництвом психолога комплекс вправ для усунення та корекції емоційно-особистісної напруженості, агресивного настрою та тривожності; спосіб проведення таких занять пропонується у вигляді ігор на природі, у лісі, у горах, на пляжі;

5) з метою покращення сфери послуг для різноманітності дозвілля та оздоровлення в зоні розміщення гостей рекомендується в якості інновації оснастити готелі, санаторії та пансіонати такими транспортними засобами, як велосипеди для прогулянок на повітрі в оточенні дивовижної природи дестинації;

6) акуратний і охайний вигляд співробітників, напевно залишить приємне враження і розташує гостей [5].

На підставі вищевикладеного можна дійти висновку, що якість послуг у сфері гостинності потребує реформ та інноваційних підходів. При цьому, основою для реалізації та досягнення поставлених завдань можна вважати прагненням покращити сферу обслуговування та гостинності для залучення більшої кількості туристів та гостей.

Список використаних джерел:

1. Жиленко К.М., Яровенко Т.С., Ставицька А.В., Самойленко А.О. Основні аспекти сталого розвитку готельно-ресторанного бізнесу та туризму. *Економіка. Фінанси. Право*. 2024. № 5. URL: http://efp.in.ua/uk/releases.
2. Жиленко К.М., Хрулькова К.А. Ефективність використання автоматизованих систем в готельних підприємствах. *Інфраструктура ринку*. 2021. № 62ю URL:http://www.market-infr.od.ua/uk/62-2021.
3. Самойленко А.О. Тенденції реалізації індустрії гостинності в Дніпропетровській області. *Інфраструктура ринку*. Вип. 73/2023. С. 198–203. https://doi.org/10.32 782/infrastruct73-33.
4. Жиленко К., Редько В., Самойленко А., Сливенко В., Ставицька А. Міжнародний туризм та гостинність: теорія та практика: монографія. Дніпро. 2023. 206 с.

5. Сливенко В.А., Аміт Кумар Гоел, Основні напрями інноваційної конкуренції на підприємствах HoReCA-індустрії. Економіка і менеджмент 2024: проблеми та перспективи розвитку. Дніпро: Видавець Біла К.О., 2024. С. 73–76.

Канд. іст. наук Сливенко В. А.

Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)

ВИКОРИСТАННЯ ЦИФРОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ У СФЕРІ ТУРИЗМУ ТА ГОСТИННОСТІ

Цифрові технології є невід'ємною частиною сучасного життя, у тому числі щодо використання послуг у сфері туризму та гостинності. Використання цифрових технологій дозволяє споживачам підбирати послуги з урахуванням усіх специфічних переваг, а також здійснювати бронювання та отримувати різноманітну інформацію без прив'язки до певного місця та часу, що дуже актуально з урахуванням високого рівня активності населення.

Розвиток цифровізації у сфері туризму та гостинності обумовлено різними чинниками [1]. Насамперед цьому сприяє загальна цифровізація, яка впроваджується у всі сфери життя. Більшість послуг споживач може отримати дистанційно, а також придбати будь-які товари, не виходячи із дому. За таким же принципом споживачі можуть купувати і послуги у сфері туризму та гостинності, замовляючи дистанційно квитки на транспорт, бронюючи житло та екскурсії [2]. Вже в процесі отримання послуги споживач також користується цифровими технологіями, серед яких можна виділити цифрові ключі, віртуальні технології, доступ до Інтернету, електронний доступ до різних послуг [3]. Крім того, засоби розміщення також впроваджують у свою діяльність цифрові технології, якими клієнти можуть скористатися, у тому числі, і через свої мобільні пристрої, наприклад, вивчити меню в ресторані, перелік додаткових послуг, ціни на додаткові послуги, можливі маршрути екскурсій тощо. Значно сприяла розвитку цифровізації у сфері туризму та гостинності пандемія коронавірусу, під час якої активно розвивався цифровий туризм. Більшість музеїв світу відкривали доступ до віртуальних екскурсій своїми залами. Крім того, стали можливими віртуальні екскурсії багатьма містами по всьому світу. Не виходячи