

## КОМУНІКАЦІЙНІ СТРАТЕГІЇ В ІНДУСТРІЇ ГОСТИННОСТІ

**ГРИНЬ Анастасія,**

*здобувачка освітнього ступеня «Бакалавр» спеціальності*

*«Готельно-ресторанна справа»,*

*Київський національний університет технологій та дизайну, м. Київ*

У сучасному світі готельно-ресторанний бізнес відіграє важливу роль у розвитку економіки та міжнародного туризму. Високий рівень конкуренції у сфері гостинності вимагає від підприємств не лише якісного обслуговування, а й ефективної комунікації з клієнтами. Саме комунікація є ключовим фактором створення позитивного іміджу, формування лояльності гостей та підвищення конкурентоспроможності закладу. Враховуючи швидкий розвиток цифрових технологій та зміну споживчих очікувань, сучасні підприємства індустрії гостинності змушені постійно адаптувати свої комунікаційні стратегії, щоб відповідати сучасним викликам ринку.

Комунікаційні стратегії в індустрії гостинності базуються на поєднанні традиційних та інноваційних підходів до взаємодії з клієнтами. Основним аспектом є міжособистісна комунікація, що відображає якість обслуговування, професіоналізм персоналу та вміння встановлювати контакт із гостями. Важливу роль у створенні комфортної атмосфери для клієнтів відіграє як вербальне так і невербальне спілкування, адже доброзичливий тон, уважність до деталей та відповідна мовна культура сприяють задоволенню потреб гостей та формуванню позитивного досвіду [1]. Важливим є не лише правильний вибір слів, але й інтонація, тембр голосу та чіткість мовлення, які можуть впливати на ефективність сприйняття інформації клієнтами. Невербальні сигнали, такі як міміка, жести та контакт очима, підкреслюють щирість і відкритість персоналу, створюючи довірливу атмосферу. Крім того, грамотне використання простору, правильна дистанція під час спілкування та відсутність закритих поз сприяють кращому взаєморозумінню між працівниками закладу та гостями. Саме така комбінація вербальних і невербальних

елементів допомагає персоналу передати свою увагу, турботу і готовність допомогти, що значно покращує загальне враження клієнта про заклад [2].

Сучасні заклади гостинності окрім безпосередньої взаємодії з клієнтами, активно використовують цифрові канали комунікації. Соціальні мережі, офіційні веб-сайти, мобільні додатки та електронна пошта стали важливими інструментами залучення клієнтів, підтримки зворотного зв'язку та управління репутацією бренду. Таргетована реклама та алгоритми аналізу даних дозволяють пропонувати гостям персоналізований контент, що підвищує рівень їхньої зацікавленості та лояльності. Використання персоналізованого маркетингу сприяє створенню довгострокових відносин із клієнтами, оскільки заклади можуть адаптувати свої пропозиції відповідно до уподобань відвідувачів [3]. Також важливу роль відіграє моніторинг відгуків та оперативне реагування на них, що допомагає формувати позитивний імідж компанії. Поєднання технологічних рішень і людської взаємодії створює цілісну комунікаційну стратегію, яка сприяє успішному розвитку закладу.

Окрему увагу заслуговує управління конфліктами, яке є невід'ємною частиною стратегії будь-якого успішного закладу. Готельно-ресторанні комплекси мають бути готовими не лише до вирішення конфліктних ситуацій, а й до їх попередження, що дозволяє знижувати рівень напруги та покращувати загальний клієнтський досвід. Важливим аспектом є вчасне реагування на негативні відгуки, використання конструктивного підходу до діалогу з незадоволеними гостями та демонстрація прагнення до вдосконалення сервісу. Використання проактивної комунікації, вибачення у разі помилок та запропонування альтернативних рішень сприяє формуванню довіри та збереженню репутації закладу. Крім того, регулярне навчання персоналу ефективним методам комунікації допомагає уникати ескалації конфліктів. У цьому контексті прозорість, чесність і відповідальність є основними принципами ефективної взаємодії з клієнтами.

Не менш важливою складовою комунікаційної стратегії є внутрішня комунікація між співробітниками. Злагоджена командна робота, ефективний розподіл обов'язків та підтримка корпоративної культури сприяють підвищенню продуктивності персоналу та покращенню якості послуг. Використання сучасних цифрових платформ для внутрішнього спілкування, таких як корпоративні чати та системи управління завданнями, дозволяє оптимізувати робочий процес та підвищити ефективність взаємодії між співробітниками.

Таким чином, ефективна комунікація є запорукою успішної діяльності підприємств індустрії гостинності. Використання різноманітних комунікаційних стратегій, що поєднують особисту взаємодію, цифрові технології, управління конфліктами та внутрішню координацію, сприяє створенню позитивного іміджу закладу та підвищенню рівня задоволеності клієнтів. У сучасних умовах розвитку готельно-ресторанного бізнесу комунікаційна стратегія повинна бути гнучкою, інноваційною та орієнтованою на довгострокову взаємодію з клієнтами, що забезпечує стійкий розвиток та конкурентні переваги підприємств у сфері гостинності.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Благополучна А., Кирилюк І., Поворознюк І., Ляховська Н., & Литвин О. (2022). Культура професійного спілкування в індустрії гостинності: її значення та вплив. Економічні горизонти, 2(20), 4–11. [https://doi.org/10.31499/2616-5236.2\(20\).2022.261844](https://doi.org/10.31499/2616-5236.2(20).2022.261844)
2. Каламан О.Б., Дишкантюк О.В., Власюк К.В. (2023). Комунікативні процеси в системі управління персоналом індустрії гостинності. Інфраструктура ринку. Випуск 71, 128–134. Фостолович В., Гуртовий Ю., & Фостолович Р. (2024).
3. Комунікаційні процеси в підприємств сфери гостинності за умов цифрових трансформацій. Економіка та суспільство, (61). <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2024-61-58>

Науковий керівник: д. н. з держ. упр., доцент Ахмедова О. О.

**Міністерство освіти і науки України**  
**Національний університет біоресурсів і природокористування України**  
**Харківський національний економічний університет імені Семена Кузнеця**  
**Національний університет харчових технологій**  
**Таврійський державний агротехнологічний університет імені Дмитра Моторного**  
**Полтавський фаховий коледж підприємництва і ресторанного бізнесу**  
**Київський фаховий коледж туризму та готельного господарства**

# **ЄВРОІНТЕГРАЦІЙНІ ПРОЦЕСИ В ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОМУ ТА ТУРИСТИЧНОМУ БІЗНЕСІ УКРАЇНИ**

## **ТЕЗИ ДОПОВІДЕЙ**

### **ВСЕУКРАЇНСЬКОЇ НАУКОВО-ПРАКТИЧНОЇ СТУДЕНТСЬКОЇ КОНФЕРЕНЦІЇ**

**12 березня 2025 року, Київ**

**КИЇВ 2025**

УДК 338.48:339.923:061.1ЄС(477)

*Рекомендовано до друку рішенням Вченої ради ННІ неперервної освіти і туризму Національного університету біоресурсів і природокористування України (протокол №9 від 20 березня 2025 р.)*

**Євроінтеграційні процеси в готельно-ресторанному та туристичному бізнесі України:** збірник тез доповідей Всеукраїнської науково-практичної студентської конференції (12 березня 2025 р.). Київ: НУБіП України. 2025. 350 с.

#### **Редакційна колегія:**

**Мельниченко С. В.** – доктор економічних наук, професор, завідувач кафедри готельно-ресторанної справи та туризму НУБіП України

**Сердюк М. Є.** – доктор технічних наук, професор кафедри готельно-ресторанної справи та туризму НУБіП України

**Олюніна С. Л.** – викладач кафедри готельно-ресторанної справи та туризму НУБіП України

У збірнику тез доповідей Всеукраїнської науково-практичної студентської конференції висвітлюються результати наукових досліджень студентської молоді з питань, присвячених євроінтеграційним процесам у сфері готельно-ресторанного та туристичного бізнесу України. У матеріалах розглядаються виклики та перспективи адаптації галузі туризму в умовах євроінтеграції, інноваційні технології в закладах HoReCa, туристичне країнознавство, організація дозвілля молоді.

Конференція проводиться з метою посилення профорієнтаційної роботи із залучення активної шкільної молоді до навчання в НУБіП України, посилення наукової складової підготовки здобувачів ступеня вищої освіти «Бакалавр» і «Магістр», оприлюднення результатів їх дослідницької роботи, підвищення ефективності, якості наукових досліджень, обміну досвідом і представлення результатів науково-дослідної діяльності, обговорення дискусійних питань та визначення пріоритетів подальшого розвитку науки.

Видання розраховане для здобувачів вищої освіти, дослідників, викладачів, суб'єктів підприємницької діяльності.

Матеріали друкуються в авторській редакції. За виклад, зміст і достовірність матеріалів відповідають автори. Позиція редакції не завжди може збігатися з точкою зору автора.

© Колектив авторів, 2025

© НУБіП України, 2025