

#### Список використаних джерел

1. Булгакова А.К. Сучасні методи управління персоналом на підприємствах готельного господарства / А.К. Булгакова // Науково-технічний збірник «Комунальне господарство міст». – 2012. № 102. – с. 494-498.
2. Verhun A. M. The role of tourism industry growth in attaining sustainable development goals in a modern globalized world = Роль розвитку індустрії туризму в досягненні цілей сталого розвитку в сучасному глобалізованому світі [Текст] / А. М. Verhun, Ju. A. Bondarchuk // Журнал стратегічних економічних досліджень. - 2022. - № 1 (6). - С. 8-16.
3. Опанащук Ю. Я. Світові досягнення та інноваційні технології в сучасному туристичному та готельно-ресторанному бізнесі / Ю. Я. Опанащук, Т. О. Колісниченко, А. М. Вергун // Проблеми інноваційно-інвестиційного розвитку. Серія : Економіка та менеджмент. – 2021. – № 27. – С. 57-66.

УДК 72.012:640.4

### **ШЛЯХИ ВПРОВАДЖЕННЯ ІННОВАЦІЙНИХ ДИЗАЙНЕРСЬКИХ РІШЕНЬ В ІНТЕР'ЄРІ ГОТЕЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВ**

Л.Ю. Швачка, студентка

Київський національний університет технологій та дизайну

*Ключові слова:* інновації, сучасний погляд, переосмислення та бачення, дизайн інтер'єру.

Готельний бізнес в Україні один з найперспективніших видів діяльності. Нараховується близько 4800 різних видів тимчасового проживання. Щоб бути економічно вигідним підприємством, замало мати професійний персонал чи різні види основних та додаткових послуг. Сучасні споживачі потребують чогось нового, незвичного та неординарного – інновацій. Інновації - це не тільки про технологічний розвиток, сучасну техніку чи авангардизм. Інновації можуть бути вдосконаленням чогось старого, нове світосприйняття, поєднання з навколишнім світом. Для готелів новий інтер'єр, не обійдеться без інновацій та нестандартних рішень.

Інтер'єр в готельному підприємстві – це внутрішня частина готелю, за якою його найбільше пізнають. Інтер'єр може розповісти про готель, його погляди та цінності, більше ніж будь-який сайт чи брошура. Різні дизайнерські рішення давно вийшли за рамки уявлення про стандарти засобів розміщення. Потреба інновацій в готелях, а саме в інтер'єрі, необхідна для конкурентоздатності та виділення з поміж десятків інших підприємств готельного підприємства.

Для вибору проектування інтер'єру власник готелю має в першу чергу обрати чи удосконалити свою місію, візію та цінності. Це основне на чому ґрунтується весь подальший хід справ. З висновку про цінності готелю, далі можна рухатися та обирати, що підходить найбільше підприємству. А саме який стиль, дизайн та бачення інтер'єру.

Щоб зрозуміти, які дизайнерські рішення можна застосувати, треба в першу чергу, зрозуміти, який стиль інтер'єру ми маємо чи плануємо. Всі існуючі стилі умовно можна розділити на три великі групи:

- Класичний стиль, що з'явився багато років тому;
- Сучасний стиль;
- Етнічний стиль, прив'язаний до культури та розташування.

Будь-який дизайн можна переробити та переосмислити, виходячи з бачення та цінностей готелю. Звісно на це можуть впливати різні чинники, розташування чи кліматичні умови. Вони можуть ускладнювати роботу або навпаки покращити її. В цьому і сутність інноваційного підходу. Щоб зроби комфортну та цілісну картинку необхідно сформулювати бачення та ідею. Кожна маленька деталь, кольори, матеріали, антураж, дизайн в цілому, мають говорити та презентувати готель. Головне не обмежувати свою фантазію та при цьому не забувати основний меседж, який представляє готель.

На мою думку, щоб готель був конкурентоспроможним та мав попит, йому необхідно попрацювати над дизайнерськими рішеннями. Треба відповідати сучасним запитам споживачів. Щоб впровадити інновації в дизайн інтер'єру, необхідно подивитися на концепцію під новим кутом. Інновації в інтер'єрі на підприємствах готельного господарства – це модернізація та вдосконалення. Кожне підприємство обирає свій шлях впровадження своєї мети, через інновації.

#### Список використаних джерел

1. Біловодська О. А. Маркетинговий менеджмент: навч. посібн. / Біловодська О. А. – К. : Знання, 2010. 332 с.
2. Маркетинг: підручник / А. О. Старостіна, Н. П. Гончарова, Є. В. Крикавський та ін. ; за ред. А. О. Старостіной. – К. : Знання, 2019. 1070 с.
3. Назарчук Т.В. Менеджмент організацій: навч. посіб. / Т.В. Назарчук, О.М. Косіюк – К.: «Центр учбової літератури», 2015. 560 с.
4. Пастухов В.В. Стратегічне управління підприємством: філософія, політика, ефективність: Монографія. К.: Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2012 .

УДК 911.7:338.48

## **СУВЕНІРНА ПРОДУКЦІЯ В ТУРИЗМІ: КРЕАТИВНІСТЬ ТА САМОБУТНІСТЬ**

О.В. Борисова, кандидат географічних наук, доцент

О.М. Давиденко, студент

Київський національний університет технологій та дизайну

*Ключові слова:* сувенірна продукція, креативність, бренд території, ментальна ідентифікація, атрибут.

Розвиток масового туризму наприкінці 20-го століття перетворив сувенірну продукцію на неодмінний атрибут подорожі. Згідно з соціологічними дослідженнями, практично всі туристи намагаються привести додому сувеніри,