



**Міністерство освіти і науки України  
Мукачівський державний університет  
Київський національний торгово-економічний університет  
Полтавський університет економіки і торгівлі  
ДВНЗ «Прикарпатський національний університет імені Василя  
Стефаника»  
Луцький національний технічний університет  
Ужгородський торговельно-економічний інститут КНТЕУ  
Кам'янець-Подільський національний університет імені Івана Огієнка**

**«РЕАЛІЇ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ІНДУСТРІЇ ГОСТИННОСТІ  
В УМОВАХ ІНТЕГРАЦІЙНИХ ПРОЦЕСІВ»**

**Тези доповідей IV Всеукраїнської науково-практичної інтернет-  
конференції**



**Мукачево  
14 квітня 2021 р.**

УДК 640.4:332.135(043.2)

Рекомендовано до друку та поширення через мережу Інтернет  
Науково-технічною радою Мукачівського державного університету  
(протокол № 3 від 15 квітня 2021 року)

П 26

Реалії та перспективи розвитку індустрії гостинності в умовах інтеграційних процесів: тези доповідей IV Всеукраїнської науково-практичної конференції. – Мукачево: РВВ МДУ, 2021.- 64 с.

Відповідальний за випуск – доктор економічних наук, професор Мілашовська О.І.

У збірнику тез висвітлюються погляди науковців, аспірантів, слухачів магістратури, представників підприємницьких структур на актуальні проблеми розвитку туристичної та готельно-ресторанної сфери України і світу. Тематика конференції охоплює дослідження особливостей туристичного та готельно-ресторанного бізнесу в сучасних умовах на рівні світової та національної економіки, регіонів та підприємств.

УДК 640.4:332.135(043.2)

Матеріали подано в авторській редакції. Автори опублікованих матеріалів несуть відповідальність за підбір, точність наведених фактів, цитат, статистичних даних, галузевої термінології, інших відомостей.

© Мукачівський державний університет, 2021

У СФЕРІ ГОСТИННОСТІ.....	43
МОЛНАР-БАБІЛЯ Д. І., МЕДЕНЦІ Я. ПРОБЛЕМИ МОНІТОРИНГУ ТА КОНТРОЛЮ СИСТЕМИ ISO-9000 ЯКОСТІ ПРОДУКЦІЇ НА СУЧАСНОМУ ЕТАПІ.....	45
МОЛНАР-БАБІЛЯ Д. І., ЛЕГАЧ Н. ПРОБЛЕМАТИКА ТА ШЛЯХИ ПІДВИЩЕННЯ ЯКОСТІ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННИХ ПОСЛУГ В УКРАЇНІ.....	47
СКОПЕНКО Н.С. ВПЛИВ ПАНДЕМІЇ НА РИЗИКОВАНІСТЬ ДІЯЛЬНОСТІ ТУРИСТИЧНОГО БІЗНЕСУ .....	49
<b>Секція 6. Психолого-педагогічні аспекти кадрового забезпечення закладів ресторанного, готельного та туристичного бізнесу</b>	
МАЛЕЦЬ О.О., МАЛЕЦЬ Н.Б. ПСИХОЛОГО-ПЕДАГОГІЧНІ АСПЕКТИ КАДРОВОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ РЕКРЕАЦІЙНИХ ЗАКЛАДІВ УКРАЇНИ В УМОВАХ ІНТЕГРАЦІЙНИХ ПРОЦЕСІВ.....	51
МОСТЕНСЬКА Т.Л., ГУМЕНЮК М.Р. СОЦІАЛЬНО-ПСИХОЛОГІЧНІ МЕТОДИ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ.....	54
<b>Секція 7. Сучасні концепції менеджменту та маркетингу в сфері гостинності</b>	
ГОЛОВКО О.М., МИХАЙЛЕНКО Д. АНАЛІЗ ОСОБЛИВОСТЕЙ ОРГАНІЗАЦІЙНОЇ КУЛЬТУРИ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННИХ ПІДПРИЄМСТВ.....	55
ГОБЛИК-МАРКОВИЧ Н.М., КОМАРНИЦЬКА Я. УПРАВЛІННЯ ДІЯЛЬНІСТЮ СФЕРИ ГОСТИННОСТІ НА СУЧАСНИХ ЗАСАДАХ МЕНЕДЖМЕНТУ ТА МАРКЕТИНГУ.....	58
<b>Секція 8. Організаційні та економічні аспекти ефективного управління туристичним та готельно-ресторанним бізнесом</b>	
ГОЛОВКО О.М., ТИЛЬНА А. АНАЛІЗ СКЛАДОВИХ РОЗВИТКУ КУЛЬТУРИ СФЕРИ ГОСТИННОСТІ.....	60
ХАУСТОВА К.М. ДІДЖИТАЛІЗАЦІЯ ЯК БАЗОВА СКЛАДОВА СТРАТЕГІЇ РОЗВИТКУ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ В СУЧАСНИХ УМОВАХ.....	62

процесів, в організації може позитивний соціально-психологічний клімат, зниження конфліктності, забезпечення командної роботи, згуртованості та взаємодопомоги в колективі.

Соціально-психологічний клімат – виступає якісною характеристикою міжособистісних стосунків в організації. Він характеризується сукупністю внутрішніх (психологічних) умов, які сприяють або перешкоджають продуктивній спільній діяльності та всебічному розвитку як колективу, так і окремим його членам.

Використання соціально-психологічних методів в управлінні організацією через вплив на групову та особистісну поведінку забезпечує підвищення ефективності діяльності організації в цілому та кожного із її членів.

Виробничий колектив поєднує людей не тільки на основі загальної мети й у загальній праці, але й на основі організації спільної діяльності. Саме тут важлива роль керівника, вміння правильно сформулювати соціально-психологічний клімат у колективі. На внутрішню структуру групи впливають і внутрішні умови, до яких зокрема входить стиль керівництва, імідж, основні аспекти діяльності, манера поведінки керівника [1, с. 374 ].

Соціально-психологічні методи управління - це способи здійснення управлінського впливу на персонал (на групи співробітників та окремих членів організації), що ґрунтуються на використанні соціології та психології. За способами впливу ці методи можна розділити на дві основні групи: методи соціального впливу та методи психологічного впливу [6, с.179-180].

Соціально-психологічні методи мають широку сферу застосування і забезпечують регулювання відносин між групами співробітників, в середині груп, підвищують ефективність управління груповою поведінкою та динамікою, формують ефективну суспільну свідомість, укріплюють психологічні зв'язки в колективі, формують позитивний соціально-психологічний клімат.

#### **Література**

1. Жигайло Н.І. Роль керівника у формуванні соціально-психологічного клімату в колективі. Науковий вісник Львівського державного університету внутрішніх справ. 2012. Вип.

2 (1). С. 374-383.2. Харченко Г.А., Боровий Ю.М. Особливості соціально-психологічних методів в управлінні підприємством. Вісник НТУ «ХП». 2013. № 53 (1026)

### **Секція 7. Сучасні концепції менеджменту та маркетингу в сфері гостинності.**

УДК [005.73-047.44 ] : 640.412+640.432 (043.2)

О.М. ГОЛОВКО  
кандидат технічних наук, доцент,  
доцент кафедри готельно-ресторанної та музейної справи  
Мукачівський державний університет,  
м.Мукачево  
Д. МИХАЙЛЕНКО  
студент ,  
Мукачівський державний університет,  
м.Мукачево

### **АНАЛІЗ ОСОБЛИВОСТЕЙ ОРГАНІЗАЦІЙНОЇ КУЛЬТУРИ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННИХ ПІДПРИЄМСТВ**

Сьогодні в складних соціально-економічних умовах розвитку готельно-ресторанних підприємств замовники, держава та інші зацікавлені сторони зосереджують значну увагу на організаційній культурі готельно-ресторанних підприємств, а з боку гостей зростають вимоги до культури та якості послуг, що є передумовою їх ефективного функціонування та вдосконалення діяльності.

Складність процесів організаційної культури, яка складає основу для культури і якості обслуговування й ефективності діяльності готельно-ресторанних підприємств є причиною того, що їх дослідженнями займаються науковці багатьох галузей: економісти, управлінці, екологи, технологи та ін.

Метою дослідження є проведення аналізу особливостей організаційної культури в готельно-ресторанних підприємствах, як складових ефективного функціонування і вдосконалення їх діяльності.

Аналізуючи особливості організаційної культури доцільним є розпочати з визначення:

- культура обслуговування – це комплексне поняття про рівень фізичного та психологічного комфорту;
- якість обслуговування – це сукупність властивостей і ступеня корисності послуг, що обумовлює здатність усе повніше задовольняти потреби гостей; це динамічний показник, що постійно розвивається і удосконалюється [1].

Питання підвищення культури та якості обслуговування постає зараз як перед великими та і перед малими готельно-ресторанними підприємствами.

Послуги, якими користується незначна частина суспільства, загалом прийнято вважати послугами вищого стандарту, незалежно від їхньої реальної ціни та якості. У кожному випадку гість обирає послуги за критеріями якості. Найбільші можливості їх реалізувати має те підприємство, яке [2]:

- спроможне, згідно з попитом к, найповніше задовольняти його потреби;
- пропонує послуги в оптимальному співвідношенні «ціна- якість»;
- реалізує новий рівень якості, що стає вагомою мотивацією для прибуття постійних і залучення нових споживачів послуг.

Високої культури та якості обслуговування відповідає соціальним та законодавчим запитам держави, сприятиме створенню позитивного іміджу та підвищенню конкурентоспроможності готельно-ресторанних підприємств.

Культура обслуговування спрямована на організацію якісного сервісу, послуг, а також задоволення потреб споживача послуг. Тому як один з аспектів культури обслуговування варто розглядати організаційну культуру як: більш масштабну, розширену, глибоко пронизану систему загальних цінностей підприємства у свідомості співробітників.

Термін «організаційна культура» набув поширення з 1980-х років, коли в світ вийшов «In Search of Excellence: Lessons from America's Best Run Companies» – бестселер бізнес-консультантів Питерс Т. та Уотерман Р.

На основі проведених численних досліджень утвердилося ціле розмаїття поглядів, термінів, визначень організаційної культури як визначального чинника підвищення ефективності діяльності підприємства [3].

В загальному культура має значну інерційність і непросто піддається змінам також може стати перешкодою проведення змін всередині підприємства. Підхід до формування організаційної культури сучасного підприємства, орієнтованого на інновації, полягає в необхідності створення та вдосконалення [3]: студіюючої організаційної культури, яка би сприяла культурним явищам безперервного навчання на підприємстві та була б стабілізуючою функцією щодо набутих знань, вмінь та навичок. Належним чином сформульована та побудована організаційна культура готельно-ресторанного підприємства є потужним стратегічним інструментом, що дає змогу координувати всі

структурні підрозділи та членів окремих команд для досягнення відповідних цілей, а також забезпечити раціональну та безконфліктну структуру, щоби створити оптимальні, комфортні умови праці, виявити перспективних співробітників, мотивувати та надати можливості для кар'єрного росту, ефективного розподілу функцій та відповідальності, тобто побудувати систему внутрішньо-організаційних відносин, які гармонійно об'єднують людей для досягнення цілей готельно-ресторанного підприємства.

Як система організаційна культура складається з таких компонентів:

- ціннісно-нормативний (основні цінності, корпоративні традиції, правила, характер взаємовідносин);
- організаційний (формальні та неформальні організаційні структури, що існують на підприємстві, структура влади та лідерства, норми й правила внутрішньої взаємодії, традиції);
- структура комунікацій;
- структура соціально-психологічних відносин (взаємні симпатії, вибори, переваги, система ролей);
- ігрова (міфологічна) структура (корпоративні перекази, міфи, заохочення);
- структура ідентифікації (імідж організації, рекламні атрибути, сприйняття іншими компаніями тощо) [4].

Організаційна культура, тісно переплітається з культурою обслуговування у готельно-ресторанних підприємствах, а також є складовою її формування. Оцінювання проблеми, рівнів якості корпоративної культури сприятиме удосконаленню культури й якості обслуговування у готельно-ресторанному підприємстві. Культурологічними проблемами можуть бути: прогули без поважних причин, падіння продуктивності праці, підвищений рівень травматизму тощо.

Потребою є звертати увагу на підбір фахівців, освітній рівень та спеціальні компетенції яких мають відповідати посаді. Поряд з цим важливою є особиста культура персоналу, яка впливає на корпоративну культуру в колективі, а це все є передумовою формування культури обслуговування гостей, тобто культури гостинності. Але суттєве значення має підбір кандидата на керівну посаду з високим рівнем його особистої культури та його бачення співпраці з колективом, розуміння політики, філософії, культури й систем цінностей які мають місце в готельно-ресторанному підприємстві.

Тобто, сутність та особливості організаційної культури в основу яких покладені поняття: «культура обслуговування» й «якість обслуговування», готельно-ресторанних підприємств, мають складають основу політики й філософії діяльності готельно-ресторанних підприємств, що сприятиме ефективному їх функціонуванню.

Подальших наукових досліджень потребують питання практичної адаптації та поєднаних складових організаційної культури в сучасних соціально-економічних умовах (умовах карантинних обмежень) діяльності готельно-ресторанних підприємств.

#### Література

1. Головка О.М. Організація готельного господарства. / Головка О.М., Кампов Н.С., Махлинець С.С., Симочко Г.В.; за редакцією О.М.Головка. – К.: Кондор –Видавництво, 201. – 338 с.
2. Мальська М.П. Організація готельного обслуговування: підручник / М.П. Мальська, І.Г. Пандяк, Ю.С. Занько. – К.: Знання, 2011. – 366 с.
3. [https://ev.nmu.org.ua/index.php/uk/archive?arh\\_article=764](https://ev.nmu.org.ua/index.php/uk/archive?arh_article=764)
4. Бойко М.Г., Гопкало Л.М. Організація готельного господарства: підручник. Київ: Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2006. 448 с.

УДК [005.3:338.483.13:392.72]:658.8(043.2)

Н.М.ГОБЛИК-МАРКОВИЧ  
кандидат економічних наук, доцент,  
доцент кафедри готельно-ресторанної та музейної справи,  
Мукачівський державний університет,  
м.Мукачево  
Я.КОМАРНИЦЬКА  
студент,  
Мукачівський державний університет,  
м.Мукачево

## УПРАВЛІННЯ ДІЯЛЬНІСТЮ СФЕРИ ГОСТИННОСТІ НА СУЧАСНИХ ЗАСАДАХ МЕНЕДЖМЕНТУ ТА МАРКЕТИНГУ

В сучасному економічному просторі важливу роль відіграє сфера гостинності, за рівнем розвитку якої можна судити про ефективність економіки та рівень добробуту населення. Для розвитку та просування галузі необхідною є орієнтація на сучасні інноваційні підходи підприємництва на засадах маркетингу та менеджменту. Тому, доцільними та актуальними є дослідження сучасних напрямів управління підприємствами сфери гостинності.

Сфера гостинності представляє сукупність галузей національної економіки (секторів економіки) матеріального та нематеріального виробництва та задіяних в них суб'єктів, вид діяльності яких направлено на забезпечення засобами виробництва послуг та продукту гостинності, надання безпосередньо цих послуг і продукту гостинності з метою задоволення потреб суспільства у одержанні позитивних вражень споживачами [1,с.75].

Сучасне управління сфери гостинності має передбачати індивідуальний підхід до кожної складової галузі, з врахуванням того, що тут поєднується виробництво різних видів послуг, які задовольняють різноманітні потреби особи: економічні, соціальні, моральні та культурні. При одержанні послуг споживач повинен відчувати комфортність, доброзичливість, надійність та бажання повернутися ще раз або переїхати на постійне місце проживання.

Розвиток українського ринку готельних послуг спрямований на реформування та адаптацію готельних підприємств до змін ринкового середовища, підвищення конкурентоспроможності та ефективності українських готельних підприємств на світовому ринку, впровадження світових стандартів якості готельного обслуговування [2].

Важливим завданням сучасних концепцій менеджменту у сфері гостинності є:

- формування довгострокової політики підприємств готельно-ресторанного бізнесу,
- передбачення їх участі у розробці стратегічних цілей для розвитку галузі в регіоні,
- поточний аналіз конкурентоздатності пакету послуг, що формується підприємством,
- розробка стратегії конкурентоздатності підприємства та визначення його позиції в загальній програмі розвитку регіону.

Особливе місце в управлінні займає процес надання послуг, що передбачає безпосередню взаємодію виконавця та споживача й особисту працю виконавця, спрямовану на задоволення потреб споживачів. Вагоме місце у дослідженні та лаконічному плануванні даного процесу відводиться маркетинговому інструментарію [3,С.17].

Роль маркетингу полягає в тому, щоб організувати діяльність готельно-ресторанного бізнесу відповідно до попиту, а зусилля маркетингового відділу спрямувати на створення такого готельного продукту, що відповідає сучасному попиту. Спеціалісти



# МУКАЧІВСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

89600, м. Мукачево, вул. Ужгородська, 26

тел./факс +380-3131-21109

Веб-сайт університету: [www.msu.edu.ua](http://www.msu.edu.ua)

E-mail: [info@msu.edu.ua](mailto:info@msu.edu.ua), [pr@mail.msu.edu.ua](mailto:pr@mail.msu.edu.ua)

Веб-сайт Інституційного репозитарію Наукової бібліотеки МДУ: <http://dspace.msu.edu.ua:8080>

Веб-сайт Наукової бібліотеки МДУ: <http://msu.edu.ua/library/>