



**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

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

готельно-ресторанного маркетингу повинні мати серйозні та фундаментальні знання у сфері сучасного маркетингу, володіти елементами комплексу маркетингу [4].

Однією із центральних цілей маркетингу є глибока персоніфікація обслуговування та повна концентрація на запитах і потребах клієнтів. У дорогих готелях для цього створюють карти постійних клієнтів, у яких збирають інформацію про їхні смаки, переваги й звички. Така база даних дає змогу випереджати бажання гостей. Для виконання цих завдань у готелях створюють спеціальні служби [5].

Також маркетинг у готельно-ресторанному бізнесі передбачає впровадження нових технологій у ділову стратегію бізнесу, зокрема широке використання інтернету для просування своїх товарів та послуг. Нові технології зменшують витрати й забезпечують споживачам підвищений комфорт. Ці технології збільшують можливості щодо залучення нових клієнтів і дають змогу розширити зайняті компаніями сегменти ринку. Наприклад, застосування нових систем бронювання дає незаперечні конкурентні переваги [6, с.18].

В умовах сьогоденної всієї світової пандемії актуальними стають інноваційні маркетингові інструменти орієнтовані на клієнта, на задоволення його потреб. Зокрема, це віртуальні 3D екскурсії, за допомогою яких відвідувачі можуть ознайомитися із внутрішнім простором готельно-ресторанних комплексів, із меню ресторанів, барів, а також отримати різноманітну довідкову інформацію.

Можна сказати, що в управлінні підприємствами готельно-ресторанного бізнесу вирішальну роль відіграє людський фактор впливу на емоції, враження споживача від користування послугами сфери гостинності. Це відбувається завдяки тому, що саме в цій сфері відбувається постійний безпосередній контакт споживачів з працівниками закладу.

В свою чергу, якість надання послуг працівниками залежить від забезпечення їм відповідних умов праці, розвитку, мотивування, оцінки ефективності роботи тощо. Тому, застосування інструментарію маркетингу в сфері управління персоналом є необхідною умовою успішної діяльності підприємств сфери гостинності і дає ряд взаємопов'язаних складових і переваг:

- впровадження маркетингового підходу в управлінні персоналом на підприємстві передбачає комплекс взаємопов'язаних заходів;
- система маркетингу персоналу є складовою частиною управління персоналом на підприємстві;
- система маркетингу персоналу складається із окремих функціональних елементів, котрі призначені для всіх етапів маркетингової діяльності.

Незаперечну перевагу перед конкурентами дають сучасні інновації та їх застосування в управлінні підприємствами готельно-ресторанного бізнесу. Одним із таких є застосування латерального маркетингу.

Латеральний маркетинг – це нова система поглядів, яка доповнює традиційний маркетинг новими можливостями створення інноваційних ідей і систематизує процес креативного мислення. Саме інновації дають підприємству незаперечну перевагу перед конкурентами. При застосуванні даного виду маркетингу задіяне творче та інтуїтивне мислення. Потрібно розвивати креативність у працівників компанії, долучати до відділів маркетингу неординарних особистостей [7, с.270].

Можна підсумувати, що сфера гостинності є інтегрованою галуззю, яка поєднує різні сфери підприємницької діяльності. Вона спрямована на задоволення потреб споживачів шляхом впровадження комунікацій та реалізації товарів і послуг. Відповідно до цього, для реалізації ефективної своєї підприємницької діяльності необхідним є впровадження сучасних принципів управління та інноваційних засобів маркетингу.

Таким чином, застосування новітніх технологій в роботі закладів готельно-ресторанного бізнесу, підвищує їх конкурентоздатність, якість надаваних послуг, що позитивно впливає на імідж підприємства, збільшує потік постійних клієнтів, що відповідно сприяє отриманню прибутку підприємством.

### Література

1. Мартієнко А.І., Дишкантюк О.В. Сутність гостинності як економічної категорії [Електронний ресурс] / А.І. Мартієнко, О.В. Дишкантюк// Економікс. - №2(30). – 2017. - Режим доступу: <https://economics.opu.ua/files/archive/2017/No2/72.pdf>
2. Данько Н, Довгаль Г. Концепції менеджменту якості готельної послуги в індустрії гостинності [Електронний ресурс] /Н.Данько, Г.Довгаль. –<https://docplayer.net/89623702-3-1-koncepciyi-menedzhmentu.html>
3. Гоблик-Маркович Н.М., Ільтьо Т.І. Аналіз динаміки та актуальних проблем розвитку сфери туризму / Н.М.Гоблик-Маркович, Т.І.Ільтьо // Міжнародний науковий журнал «Освіта і наука». – 2018. - Випуск 24(1). – С.16-22.
4. Мацеха Д.С. Маркетинг у сфері готельно-ресторанного бізнесу і туризму / Д.С. Мацеха, С.А. Бурий //Навчальний посібник .– 2014.– № 5, т. 2.– С. 43–47.
5. Лук'янов В.О. Маркетинг туристичного бізнесу: Навчальний посібник / Лук'янов В.О., Мунін Г.Б. / Друге видання, перероблене і доповнене- К.: Кондор-Видавництво, 2012. - 336 с.
6. Сучасні тенденції розвитку індустрії гостинності : зб. матеріалів наук.-практ. сем. (3 жовтня 2019 р., с. Гута). – Львів : ЛДУФК ім. Івана Боберського, 2020. – 64 с.
7. Фролова В.Ю. Концепція латерального маркетингу в умовах висококонкурентного ринку / В. Ю. Фролова // Вісник Донецького національного університету, сер. в: економіка і право. – Вип.1. – 2014. – С. 269-272.

### **Секція 8. Організаційні та економічні аспекти ефективного управління туристичним та готельно-ресторанним бізнесом.**

УДК 338.483.13-047.44 (043.2)

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

А.ТИЛЬНА  
студентка  
Мукачівський державний університет  
м.Мукачево

### **АНАЛІЗ СКЛАДОВИХ РОЗВИТКУ КУЛЬТУРИ СФЕРИ ГОСТИННОСТІ**

Складні соціально-економічні умови розвитку сфери гостинності охоплюють різні види господарської діяльності, а ефективність їх діяльності визначається як зі точки попиту, споживання товарів і послуг то виникає потреба звертати увагу й досліджувати формування та розвиток культури сфер гостинності.

Культура – сукупність матеріальних і духовних цінностей, створених людством протягом його історії. Те, що створюється для задоволення духовних потреб людини. Освіченість, вихованість, рівень, ступінь досконалості якої небудь галузі господарської або розумової діяльності та ін. [1].



# 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/>