



**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

машинами (прототипами ліфтів), електрикою в номерах тощо, що склало основу їх ефективної діяльності й культури і якості обслуговування.

Розвиток сфери гостинності в ХХ ст. пов'язаний з розвитком туризму. З'являються заклади ресторанного господарства в високому рівні культурі і якості обслуговування.

Для сучасної культури сфери гостинності характерні процеси індустріалізації, що привели до створення досить ефективного світу думок – нової культури. Тобто сьогодні культура середовища, сучасна науково-технічна культура є своєрідним набором різних мікро культур, які необхідно синтезувати в єдине ціле [4].

Таким чином, аналіз розвитку уявлень про культуру сфери гостинності та сучасні інтерпретації дають можливість для деяких узагальнень.

По-перше, культура сфери гостинності являє собою створеного людиною середовища у відповідності до розвитку суспільства, людини та її потреб. По-друге, культура виступає як система цінностей, матеріальних або духовних. Погляд на культурно-історичний процес сфери гостинності може вимірюються сукупністю досягнень у галузі науки і техніки. Для подальшого визначення сутності культури сфери гостинності необхідно проаналізувати засадничі умови її виникнення в системі економічного розвитку регіонів.

### Література

1. Великий тлумачний словник сучасної української мови / Уклад. і голов. ред. В.Т.Бусел. – К.: Ірпінь: ВТФ «Перун», 2004. – 1440 с. <https://osvita.ua/vnz/reports/culture/11284/>
2. Мальська М.П. Організація готельного обслуговування: підручник / М.П.Мальська, І.Г.Пандяк, Ю.С. Занько. – К.: Знання, 2011. – 366 с.
3. Головка О. Організація готельного господарства: Навчальний посібник / Головка О.М., Кампов Н.С., Махлинець С.С., Симочко Г.В.; За ред. О.М.Головка. – К.: Кондор-Видавництво, 2012. – 338 с.

УДК 65.011.2:338

К.М.ХАУСТОВА

кандидат економічних наук, доцент,  
доцент кафедри МУЕП  
Мукачівський державний університет,  
м.Мукачево

### ДІДЖИТАЛІЗАЦІЯ ЯК БАЗОВА СКЛАДОВА СТРАТЕГІЇ РОЗВИТКУ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ В СУЧАСНИХ УМОВАХ

В сучасних умовах, що характеризуються загостренням конкуренції та посилення боротьби на кожного споживача на всіх ринках, ефективна адаптація підприємства, його конкурентоспроможність та здатність до виживання все більше залежить від рівня впровадження та використання цифрових технологій. Діджиталізація наразі стає однією з ключових основ стратегії розвитку підприємства готельно-ресторанного бізнесу, оскільки визначає не тільки інформаційну політику, маркетингові особливості просування товарів і послуг та можливості для збору і оброблення інформації, а проникає в усі бізнес-процеси з метою їх реорганізації, оптимізації та максимального пристосування до змінних потреб і уподобань споживача.

Цифрова епоха вже настала, і бізнес міняється швидше, ніж коли-небудь раніше, тому бізнесу не можна ігнорувати тенденції, які на даний момент формуються і набирають оберти: великі дані, машинне навчання, нейронні мережі, інтернет речей та інші сучасні інструменти, що ґрунтуються на використанні цифрових технологій. За таких умов підтримка конкурентоспроможності підприємств вимагає його постійної модернізації, адаптації і розвитку на принципах цифрової трансформації, причому ефективність даних процесів забезпечується адекватною системою стратегічного управління компоненти якої

повинні включати систему стратегічного аналізу і оцінки впливу факторів цифровізації, формування цифрових альтернатив розвитку продуктів і послуг, виявлення і постановку стратегічних цілей цифрової трансформації підприємства і визначення інструментів з урахуванням ключових напрямків цифровізації.[1.с. 290].

Можна сказати, що цифрові технології вже широко використовуються у сфері готельного бізнесу. Зокрема, на більшості підприємств готельного бізнесу впроваджено спеціалізовані програмні продукти, серед яких:

- система автоматизації праці працівників відділу продажів. Дозволяє управляти цією сферою, планувати зустрічі з партнерами та клієнтами, вести календар і розклад роботи менеджерів, а також полегшує виконання різних завдань;

- система роботи з клієнтами. Це нові технології в готельному бізнесі, які проводять повний аналіз розміщення гостей в готелі і видають повну аналітику по кожному з них. Ця система дозволяє побачити, які посередники і турагентства краще за всіх забезпечують «доставку» клієнтів до готелю, а також допомагає прорахувати статистику клієнтів за віком, статтю, соціальним статусом, прибутковістю тощо;

- система управління програмами лояльності для клієнтів. Дозволяє готелю розробляти особливі види заохочення для постійних клієнтів, клубні та дисконтні картки, преміальні сертифікати та ін. - система управління заходами готелю. За допомогою цієї технології можна планувати завантаження різних приміщень готелю – її конференц-залів, ресторанів, банкетних залів [2].

В останні 5–10 років у ресторанному бізнесі поширюється тенденція цифровізації усіх його складників (онлайн-маркетинг, реклама, виробничий процес, доставка їжі і навіть її виготовлення), яка отримала назву FoodTech. Розповсюдження цифрових технологій трансформувало також маркетингові підходи до продажів товарів і послуг. В умовах цифрового ринку став розвиватися мультимедіальний (у всіх можливих джерелах інформації) і психологічний (більш глибоко і багатосторонньо вивчає звички сучасних споживачів ринку) маркетинг [3., с.95] .

Особливої актуальності питання діджиталізації бізнес-процесів у готельно-ресторанному бізнесі набули в умовах пандемії корона вірусу та супутніх карантинних обмежень. Зокрема, погоджуємося з думкою Кравченко А. В. та Бойко В. В які стверджують, «що індустрія туризму та готельно-ресторанного бізнесу під час пандемії пережила «клінічну смерть». Більшість експертів зауважують, що безробіття в основних сегментах галузі сягнуло 50-60 %. В усьому світі заповнюваність готелів впала на 85-95 % лише за кілька тижнів. На піку коронакризи завантаженість авіакомпаній знизилася приблизно на 75-80%, більшість перевізників і мережевих дистриб'юторів скоротили штат до рівня «мінімального виживання». Туроператори захлинулись у потоці запитів на скасування подорожей, а терміни обробки заяв на повернення грошей збільшилися до 30-90 днів, що поставило самі туристичні компанії на межу банкруства» [4].

В умовах пандемії та постапандемійний період змогли утриматися на ринку насамперед підприємства, що вже мали певний досвід у використанні цифрових технологій, та змогли швидко переорієнтуватися до нових умов шляхом переформатування бізнес-процесів ( замовлення і доставка їжі за допомогою мобільних додатків, мінімізація контактів обслуговуючого персоналу з гостями, безготівкова оплата, диверсифікація послуг ) з широким використанням цифрових технологій.

Стратегію діджиталізації розглядається як базова складова, що забезпечує необхідну гнучкість та можливості адаптування підприємств готельного і ресторанного бізнесу до потреб споживачів та інших вимог, що викликані різноманітними обставинами шляхом зближення клієнтів та виробників, виробників і постачальників, посилення зворотних зв'язків, розширення спектру послуг та ринкових сегментів. Основні аспекти діджиталізації стратегічного розвитку відповідно до нових тенденції та стилю життя, який формується в умовах постіндустріального суспільства повинні враховувати:

- діджиталізація бізнес-процесів ( управлінських, маркетингових, закупівельних, виробничих), що дозволяє оптимізувати інформаційні потоки, підвищує ефективність прийнятих рішень та якість товарів і послуг;

- формування та використання нових, більш ефективних форматів логістики ( швидка доставка продуктів, послуг до споживача), що передбачає створення нових мобільних додатків та співпраця з найбільш прогресивними в сфері доставки компаніями на місцевому ринку;

- створення найбільш ефективних комунікаційних моделей просування товарів і послуг, вивчення потреб, проблем та переваг споживача на основі безпосереднього контакту;

- моніторинг та використання нових можливостей розвитку ринку, що з'являються в умовах цифрового прогресу.

Отже, стратегія діджиталізації готельно-ресторанного бізнесу передбачає розроблення цифрової моделі підприємства, що максимально адаптована до особливостей, умов його роботи та спрямована на досягнення цілей розвитку підприємства шляхом постійного аналізу, підбору та вибору найбільш релевантних альтернатив.

### Література

1. Токмакова І.В. Шатохіна Д.А., Мельник С.В. Стратегічне управління розвитком підприємств в умовах цифровізації економіки. Вісник економіки транспорту і промисловості. № 64. 2018. С.283-291
2. Вікарчук О. І. Інноваційний стан сфери готельно-ресторанного бізнесу в Україні. Тез доповідей I Всеукраїнської науково-практичної Інтернет-конференції «Стратегічні перспективи готельно-ресторанного бізнесу в Україні: досвід, проблеми та інновації» ( 14-15 лютого 2019 року. м. Житомир)
3. Даниленко О.В., Зоценко Л.М., Братіцел М.Л. Пріоритети розвитку цифрових технологій у ресторанному бізнесі (food tech) в Україні. Вчені записки ТНУ імені В. І. Вернадського. Серія: Економіка і управління. Том 30 (69). №2. 2019. С.95-101
4. Кравченко А. В. та. Бойко В. В. Цифровізація туристичної галузі в пост-covid-19 період. Електронне наукове фахове видання «Ефективна економіка». DOI: 10.32702/2307-2105-2021.2.96 4.



# 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/>