

МИКОЛАЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ АГРАРНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

КАФЕДРА ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОЇ СПРАВИ ТА ОРГАНІЗАЦІЇ БІЗНЕСУ

**Всеукраїнська науково-практична Інтернет – конференція
Готельно-ресторанний та туристичний бізнес в Україні:
проблеми та перспективи розвитку**



Миколаїв – 2024

ОРГКОМІТЕТ КОНФЕРЕНЦІЇ

Голова та співголова оргкомітету:

Шебанін В.С. – ректор Миколаївського національного аграрного університету,
д-р техн.наук, професор, академік НААН України, академік НАН ВО України

Шебаніна О.В. – д-р екон.наук, професор, декан факультету менеджменту МНАУ

Члени оргкомітету:

Червен І.І. – д-р екон. наук, професор кафедри готельно-ресторанної справи та організації бізнесу МНАУ

Банєва І.О. – д-р екон. наук, професор кафедри готельно-ресторанної справи та організації бізнесу МНАУ

Іваненко Т.Я. – канд. екон. наук, доцент кафедри готельно-ресторанної справи та організації бізнесу МНАУ

Петрова О.І. – канд. с.-г. наук., доцент завідувачка кафедри переробки продукції тваринництва та харчових технологій

Павлюк С.І. - канд. екон. наук, доцент кафедри готельно-ресторанної справи та організації бізнесу МНАУ

Кушнірук В.С. - канд. екон. наук, доцент кафедри готельно-ресторанної справи та організації бізнесу МНАУ

Секретар оргкомітету:

Задорожня А.А. – ст.лаборант кафедри готельно-ресторанної справи та організації бізнесу МНАУ

ТЕМАТИЧНІ НАПРЯМКИ РОБОТИ КОНФЕРЕНЦІЇ ЗА СЕКЦІЯМИ

1. Правові аспекти регулювання туристичної діяльності та готельно-ресторанного бізнесу.
2. Економіка та управління в сфері обслуговування
3. Тенденції та інновації в менеджменті туризму та індустрії гостинності.
4. Маркетинг готельно-ресторанного та туристичного бізнесу
5. Тенденції розвитку та актуальні проблеми харчової промисловості в Україні та світі
6. Інноваційні технології та інформаційні системи в сфері обслуговування

СЕКЦІЯ 3. ТЕНДЕНЦІЇ ТА ІННОВАЦІЇ В МЕНЕДЖМЕНТІ ТУРИЗМУ ТА ІНДУСТРІЇ ГОСТИННОСТІ

Роман КОРСАК

д-р іст.наук, професор, завідувач кафедри
туристичної інфраструктури та готельно-ресторанного господарства,
ДВНЗ «Ужгородський національний університет»
м.Ужгород, Україна

НОВІ ГОРИЗОНТИ В ПІДГОТОВЦІ ФАХІВЦІВ ДЛЯ ГОТЕЛЬНО- РЕСТОРАННОГО СЕКТОРУ

Дослідження нових горизонтів у підготовці фахівців для готельно-ресторанного сектору є надзвичайно актуальним у зв'язку з швидкими змінами та викликами, які стикається цей сектор. По-перше, глобальна пандемія COVID-19 та війна, що триває суттєво вплинула на готельно-ресторанну індустрію, змусивши бізнес адаптуватися до нових умов і вимог здоров'я та безпеки. Дослідження нових горизонтів дозволяє врахувати ці зміни і розробляти стратегії навчання, які допоможуть майбутнім фахівцям вирішувати ці виклики.

По-друге, готельно-ресторанна сфера стає все більш глобальною, з більшою кількістю туристів та іноземних інвесторів. Підготовка фахівців з урахуванням міжнародних стандартів і культурних особливостей стає ключовим аспектом [4].

У підготовці фахівців для готельно-ресторанного сектору відзначаються кілька нових горизонтів, які відображають сучасні вимоги та тенденції цієї галузі [1]:

1. Цифрові технології. Сьогодні, розвиток цифрових технологій трансформує спосіб, яким готельно-ресторанна індустрія функціонує. Сучасні фахівці повинні мати розуміння про використання різноманітних технологій, таких як он-лайн-бронювання, платформи для обробки платежів, системи управління готелями та програми лояльності.

2. Спеціалізовані навички. Зростання конкуренції в галузі готельно-ресторанного бізнесу створює попит на фахівців із спеціалізованими навичками. Наприклад, шеф-кухарі, які є експертами у певних кухнях, винах чи десертах, або менеджери з готельного бізнесу, які спеціалізуються на різних аспектах управління готелями та гостювого обслуговування [2].

3. Стратегічне управління. Сучасні фахівці готельно-ресторанного сектору повинні бути здатні не тільки ефективно керувати оперативними аспектами бізнесу, а й розробляти та впроваджувати стратегічні плани розвитку, що відповідають сучасним тенденціям та потребам ринку.

4. Культурна чутливість та міжнародний досвід. З урахуванням зростаючої глобалізації важливо мати розуміння різних культурних контекстів та навички міжкультурної комунікації. Фахівці повинні бути готові працювати в міжнародних команди, враховуючи різноманітність культурних звичаїв і вимог клієнтів [3].

Таким чином, у сучасному світі готельно-ресторанна індустрія постійно еволюціонує, вимагаючи від фахівців нових знань, навичок і підходів. Нові горизонти в підготовці фахівців включають в себе розуміння цифрових технологій, розвиток спеціалізованих навичок, вміння стратегічного управління та культурну чутливість. Готельно-ресторанний сектор потребує кваліфікованих фахівців, які здатні адаптуватися до динамічних умов ринку та задовольняти потреби сучасних клієнтів, що робить дослідження нових горизонтів надзвичайно актуальними і важливим.

Список використаних джерел

1. Корсак Р., Кашка М. Проблеми покращення стратегічної діяльності підприємств готельно-ресторанного бізнесу в Україні. Актуальні питання гуманітарних наук: міжвузівський збірник наукових праць молодих вчених Дрогобицького державного педагогічного університету імені Івана Франка. Дрогобич: Видавничий дім «Гельветика», 2020. Вип. 28. Том 2. С. 167-171.

2. Повідайчик О., Попик М. Методологічні підходи до підготовки майбутніх фахівців готельно-ресторанного бізнесу у вищій школі. *Науковий*

вісник Ужгородського університету. Серія «Педагогіка. Соціальна робота». Вип 1 (46). 2020. С. 106–110.

3. Попик М.М., Реблян А.М. Професійна підготовка майбутніх фахівців сфери гостинності в європейських країнах. *Norwegian Journal of development of the International Science*. Vol 63.2021. P. 24–28.

4. Сакун Л.В. Теорія і практика підготовки фахівців сфери туризму в розвинених країнах світу: *Монографія*. К: МАУП, 2004. 399 с.

Олена МИХАЙЛЮК

канд екон.наук., доцент кафедри
туристичного та готельно-ресторанного бізнесу
Одеський національний економічний університет
м.Одеса, Україна

ОСОБЛИВОСТІ ШОПІНГ-ТУРИЗМУ І ЙОГО ДОСВІД ДЛЯ УКРАЇНИ

Шопінг туризм стає все більш важливим компонентом туристичного ланцюжка створення вартості. Шопінг перетворився на визначальний чинник, що впливає на вибір місця призначення, на важливий компонент загального враження від подорожі та, у деяких випадках, на головну мотивацію подорожі. Таким чином, туристичні фірми мають величезну можливість використовувати цю нову ринкову тенденцію, розвиваючи автентичні та унікальні враження від покупок, які підвищують цінність їхньої туристичної пропозиції, зміцнюючи і навіть визначаючи їх туристичний бренд і позиціонування.

Дослідження, опубліковане у *Journal of Vacation Marketing* [1], виявило три основні мотиви здійснення покупок під час подорожі.

1) деякі мандрівники вважали, що їм потрібно купувати сувеніри, щоб виконати соціальні чи культурні зобов'язання. Це видається особливо важливою мотивацією для японських та корейських мандрівників, які подорожують за кордон;

ЗМІСТ

СЕКЦІЯ 1. ПРАВОВІ АСПЕКТИ РЕГУЛЮВАННЯ ТУРИСТИЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ТА ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ	
ОРГАНІЗАЦІЙНО-ПРАВОВІ АСПЕКТИ РЕГУЛЮВАННЯ РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ У ЛЬВОВІ Марія Філь	3
НОРМАТИВНО-ПРАВОВІ АСПЕКТИ РЕГУЛЮВАННЯ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ Оксана Гаталяк, Наталія Ганич	5
СЕКЦІЯ 2. ЕКОНОМІКА ТА УПРАВЛІННЯ В СФЕРІ ОБСЛУГОВУВАННЯ	
ПОСЛУГА, ЯК ДЕТЕРМІНАНТА КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО ПІДПРИЄМСТВА В УМОВАХ НЕСТАБІЛЬНОСТІ Тетяна Гуштан	8
ЕФЕКТИВНЕ УПРАВЛІННЯ РЕСУРСАМИ В ГОТЕЛЬНОМУ БІЗНЕСІ: СТРАТЕГІЇ ОПТИМІЗАЦІЇ РОБОЧОЇ СИЛИ ТА МАТЕРІАЛЬНИХ РЕСУРСІВ Денис Шевчук	10
ВПЛИВ РЕІНЖИНІРИНГУ БІЗНЕС- ПРОЦЕСІВ НА ПОКРАЩЕННЯ ЯКОСТІ ОБСЛУГОВУВАННЯ В ТУРИСТИЧНІЙ ГАЛУЗІ Аліна Тимченко	12
ОПЕРАЦІЙНИЙ МЕНЕДЖМЕНТ В СФЕРІ ОБСЛУГОВУВАННЯ Анна Магар	14
ЕКОЛОГІЗАЦІЯ ГОТЕЛІВ ЯК НАПРЯМ РОЗВИТКУ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ Валерія Шаркова	16
СТРАТЕГІЇ УПРАВЛІННЯ ЯКІСТЮ ОБСЛУГОВУВАННЯ У СФЕРІ ТУРИЗМУ Дар'я Магар	18
СФЕРА ПОСЛУГ УКРАЇНИ ЯК ОСНОВА ПОСТІНДУСТРІАЛЬНОГО РОЗВИТКУ Олександр Пролосов	21
РОЛЬ ПОДАТКОВОГО МЕНЕДЖМЕНТУ В ЗАБЕЗПЕЧЕННІ ФІНАНСОВОЇ СТІЙКОСТІ ПІДПРИЄМСТВА Карина Юзефович	24
ВИКОРИСТАННЯ АНАЛІТИКИ ДАНИХ ДЛЯ ПІДВИЩЕННЯ ЯКОСТІ ОБСЛУГОВУВАННЯ У РОЗДРІБНІЙ ТОРГІВЛІ Єва Таранець	27
ЕКОЛОГІЧНІ ІНІЦІАТИВИ В ЗАКЛАДАХ РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ Світлана Павлюк	29

СЕКЦІЯ 3. ТЕНДЕНЦІЇ ТА ІННОВАЦІЇ В МЕНЕДЖМЕНТІ ТУРИЗМУ ТА ІНДУСТРІЇ ГОСТИННОСТІ	
НОВІ ГОРИЗОНТИ В ПІДГОТОВЦІ ФАХІВЦІВ ДЛЯ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО СЕКТОРУ Роман Корсак	31
ОСОБЛИВОСТІ ШОПІНГ-ТУРИЗМУ І ЙОГО ДОСВІД ДЛЯ УКРАЇНИ Олена Михайлюк	33
КОНЦЕПТУАЛЬНІ ЗАСАДИ ВПРОВАДЖЕННЯ СИСТЕМИ ЕКОЛОГІЧНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ В ДІЯЛЬНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОЇ ІНДУСТРІЇ Анна Сухорукова	35
ПРОБЛЕМИ ЕКОЛОГІЧНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ В ГОСТИННОСТІ Ірина Банєва, Ілона Піюренко	37
МЕТОДИ ОЦІНКИ ЯКОСТІ НАДАННЯ ПОСЛУГ НА ПІДПРИЄМСТВАХ ГОТЕЛЬНОГО ГОСПОДАРСТВА Поліна Осітковська	39
ЦИФРОВІ ІННОВАЦІЇ В СФЕРІ ТУРИЗМУ ТА ГОСТИННОСТІ Софія Олешко, Людмила Бовш	42
СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ В ТУРИСТИЧНОМУ МЕНЕДЖМЕНТІ Поліна Цап	44
КРИЗИС МЕНЕДЖМЕНТ РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА В УМОВАХ ВОЄННОГО СТАНУ Микита Вершинін	46
НАПРЯМКИ ВИКОРИСТАННЯ СВІТОВОГО ДОСВІДУ РОЗВИТКУ ГОТЕЛЬНИХ ПОСЛУГ ДЛЯ ГОТЕЛЬНОГО БІЗНЕСУ УКРАЇНИ Ганна Невечеря	49
ТУРИСТИЧНИЙ БІЗНЕС В УКРАЇНІ ПІСЛЯ ВІЙНИ: ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ Анастасія Дяченко	51
СЕКЦІЯ 4. МАРКЕТИНГ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО ТА ТУРИСТИЧНОГО БІЗНЕСУ	
ІННОВАЦІЙНІ ПІДХОДИ ДО ІНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГУ В ТУРИСТИЧНОМУ БІЗНЕСІ Вікторія Стамат, Валентина Ізбаш	55
ФОРМУВАННЯ МАРКЕТИНГОВОЇ СТРАТЕГІЇ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ Денис Григор'єв, Віктор Кушнірук	57
ВИКОРИСТАННЯ СУЧАСНИХ ІНСТРУМЕНТІВ МАРКЕТИНГУ В ТУРИСТИЧНОМУ ТА ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОМУ БІЗНЕСІ Карина Гетманцева, Ірина Банєва	59

РОЛЬ ВІДГУКІВ КЛІЄНТІВ У МАРКЕТИНГУ ГОТЕЛЬНОГО ТА РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ Вікторія Стамат, Анастасія Єфімова	63
МАРКЕТИНГ ПІДПРИЄМСТВ ГОТЕЛЬНОГО ГОСПОДАРСТВА Владислав Уреу	65
ВПЛИВ CRM СИСТЕМ В СФЕРІ ОБСЛУГОВУВАННЯ Нікіта Коляда	67
ПОЛІТИКА ПРОСУВАННЯ РЕСТОРАННОГО ПРОДУКТУ Олександр Трач	69
ВПЛИВ СОЦІАЛЬНИХ МЕДІА НА МАРКЕТИНГОВІ СТРАТЕГІЇ В ГОТЕЛЬНО - РЕСТОРАННІЙ СФЕРІ Анастасія Єфімова	71
ІННОВАЦІЙНИЙ РОЗВИТОК СФЕРИ ОБСЛУГОВУВАННЯ Софія Воробйова	73
СТРАТЕГІЇ МАРКЕТИНГУ В ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОЇ ТА ТУРИСТИЧНІЙ ІНДУСТРИЯХ: ТЕНДЕНЦІЇ ТА ВИКЛИКИ Іван Гаджа	75
СЕКЦІЯ 5. ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ ТА АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ ХАРЧОВОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ В УКРАЇНІ ТА СВІТІ	
ФАКТОРИ, ЯКІ ПОГІРШУЮТЬ ЯКІСТЬ ПРОДУКТІВ В ХАРЧОВІЙ ПРОМИСЛОВОСТІ Алла Бондар	79
РИНОК БОРОШНА: СТАН ТА ТЕНДАНЦІЇ РОЗВИТКУ Ілона Погрібна, Оксана Кузьменко	81
ПОРІВНЯННЯ СТАНДАРТІВ ЯКОСТІ УКРАЇНСЬКИХ І МІЖНАРОДНИХ ВИРОБНИЦТВ КОНДИТЕРСЬКИХ ПРОДУКТІВ Катерина Чередниченко	84
АКТУАЛЬНІ ВИКЛИКИ ТА СПОСОБИ РОЗВ'ЯЗАННЯ ПРОБЛЕМ БЕЗПЕКИ ХАРЧОВИХ ПРОДУКТІВ Уляна Єгорова	89
ШЛЯХИ РОЗВИТКУ ТА ПЕРСПЕКТИВИ У ВИРОБНИЦТВІ ОРГАНІЧНОЇ ТА НАТУРАЛЬНОЇ ПРОДУКЦІЇ Роман Мельниченко	91
АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ ПРОДОВОЛЬЧОЇ БЕЗПЕКИ В УКРАЇНІ Антоніна Сафронова	92
РОЛЬ ЦИФРОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ У ТРАНСФОРМАЦІЇ ХАРЧОВОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ: ПЕРЕВАГИ ТА РИЗИКИ Анастасія Хомич	94
ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ ТА АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ ХАРЧОВОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ В УКРАЇНІ ТА СВІТІ Софія Турович	96
ПРОБЛЕМИ І ПЕРСПЕКТИВНІ НАПРЯМИ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА УКРАЇНИ В	98

УМОВАХ ВОЄННОГО ЧАСУ Олександра Молчанова	
РОЗВИТОК ОРГАНІЧНОГО ВИРОБНИЦТВА ХАРЧОВИХ ПРОДУКТІВ: ПЕРСПЕКТИВИ ТА БАР'ЄРИ Діана Погребняк	101
СТРАТЕГІЇ УПРАВЛІННЯ ВИРОБНИЦТВОМ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ В УМОВАХ ГЛОБАЛЬНОЇ КОНКУРЕНЦІЇ Дар'я Магар	103
СЕКЦІЯ 6. ІННОВАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ ТА ІНФОРМАЦІЙНІ СИСТЕМИ В СФЕРІ ОБСЛУГОВУВАННЯ	
ІНДУСТРІЯ ГОСТИННОСТІ: ІННОВАЦІЙНІ РІШЕННЯ ДЛЯ УСТАТКУВАННЯ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО ГОСПО-ДАРСТВА Іван Годя, Роман Корсак	105
НАПРЯМИ ВИКОРИСТАННЯ ШТУЧНОГО ІНТЕЛЕКТУ В ТУРИЗМІ Юрій Карпенко, Юрій Кириченко	107
ІННОВАЦІЇ В ГОТЕЛЬНОМУ БІЗНЕСІ: КЛЮЧОВІ ТЕНДЕНЦІЇ ТА СТРАТЕГІЇ УСПІХУ Тетяна Олійник	109
ВІРТУАЛЬНА РЕАЛЬНІСТЬ В РЕСТОРАННОМУ БІЗНЕСІ Валерія Олійник	111
ПРОГРАМИ ДЛЯ АВТОМАТИЗАЦІЇ БУХГАЛТЕРСЬКОГО ОБЛІКУ В ЗАКЛАДАХ ОБСЛУГОВУВАННЯ Анастасія Парицька	114
УПРАВЛІННЯ ІННОВАЦІЙНО-ІНВЕСТИЦІЙНИМ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯМ ТА РОЗВИТКОМ ТУРИСТИЧНО-ГОТЕЛЬНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА В ТЕРИТОРІАЛЬНИХ ГРОМАДАХ Олексій Альбещенко	120
ВПЛИВ ТЕХНОЛОГІЧНИХ ІННОВАЦІЙ НА ГОСТЬОВИЙ СЕРВІС Анна Сухорукова, Анастасія Єфімова	123
СУЧАСНІ ІННОВАЦІЇ У ГОТЕЛЬНОМУ БІЗНЕСІ Аліна Романишина	125

