

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ЧЕРКАСЬКА ОБЛАСНА ДЕРЖАВНА АДМІНІСТРАЦІЯ
ТУРИСТИЧНА АСОЦІАЦІЯ УГОРЩИНИ «КАРПАТИ-ТІСА»
КОШИЦЬКИЙ ТЕХНІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ (СЛОВАЧЧИНА)
ЛУЦЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
УЖГОРОДСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
БОЛГАРСЬКИЙ МІЖНАРОДНИЙ УНІВЕРСИТЕТСЬКИЙ КОЛЕДЖ
ВИЩА ШКОЛА МІЖНАРОДНИХ ВІДНОСИН І СУСПІЛЬНОЇ КОМУНІКАЦІЇ
В ХЕЛМІ (ПОЛЬЩА)
ЧЕРКАСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ ТЕХНОЛОГІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
КАФЕДРА ТУРИЗМУ ТА ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОЇ СПРАВИ ЧДТУ**



**МАТЕРІАЛИ
ХІІ МІЖНАРОДНОЇ
НАУКОВО-ПРАКТИЧНОЇ КОНФЕРЕНЦІЇ
«ТУРИСТИЧНИЙ ТА ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННИЙ БІЗНЕС
В УКРАЇНІ:
ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ ТА РЕГУЛЮВАННЯ»
18–19 березня 2021 року
м. Черкаси**

Том 1

Черкаси



2021

УДК 379.85:640.4(063)

ББК 65.433

М34

Редакційна колегія:

Григор О. О., д.політ.н., доцент;

Лазуренко В. М., д.і.н., професор;

Ченурда Г. М., д.і.н., професор;

Ченурда Л. М., д.е.н., професор

Відповідальна за випуск: *Старинець О. А.*

Матеріали XII Міжнародної науково-практичної конференції «Туристичний та готельно-ресторанний бізнес в Україні: проблеми розвитку та регулювання»: 18–19 березня 2021 року, м. Черкаси [Електронний ресурс]: у 2-х томах / М-во освіти і науки України, Черкас. держ. технол. ун-т. – Т. 1. – Черкаси: ЧДТУ, 2021. – 175 с.

Розглянуто актуальні питання стратегічного розвитку туристичного та готельно-ресторанного бізнесу в Україні і світі. Проаналізовано сучасні тенденції, проблеми державного регулювання та інтеграції України до світового простору в галузі туризму. Розкрито актуальні проблеми менеджменту та маркетингу, планування та прогнозування діяльності підприємств туристичного та готельно-ресторанного бізнесу. Проаналізовано науковий базис новітніх технологій в галузі туризму.

Для науковців, студентів, аспірантів та фахівців галузі.

УДК 379.85:640.4(063)

ББК 65.433

ЗМІСТ

СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ ТА СТРАТЕГІЇ РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНОГО ТА ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ

Cherpurda H. M. MANAGING OVERTOURISM IN HOSPITALITY: THE POST-COVID-19 INDUSTRY	8
Чепурда Л. М., Медведєв Г. В. АНАЛІЗ РІВНЯ РОЗВИТКУ РИНКУ ГОТЕЛЬНИХ ПОСЛУГ РЕГІОНІВ УКРАЇНИ	11
Чепурда Л. М., Петренко С. М. КЛАСИФІКАЦІЯ ІТ-ТЕХНОЛОГІЙ ЕКОНОМІКИ ПІДПРИЄМСТВ В ГАЛУЗІ ТУРИЗМУ	14
Басюк Д. І., Машовець Д. Г. ТАЙЛАНД ЯК ПЕРСПЕКТИВНА ТУРИСТИЧНА ДЕСТИНАЦІЯ	17
Vyelikova M. PROFESSIONAL ETHIC AND WAITER SERVICE OF THE «KHORTITSA PALACE» HOTEL IN ZAPORIZHZHIA.....	18
Бергхауер О. О., Фодор Д. Д., Товт А. А. КІЛЬКІСТЬ ТА ПОКАЗНИКИ ВІДВІДУВАНOSTІ КОЛЕКТИВНИХ ЗАКЛАДІВ РОЗМІЩЕННЯ НА ЗАКАРПАТТІ	20
Калько А. Д., Глушкова Т. С., Ключан Г.О. УДОСКОНАЛЕННЯ ПРОЦЕСУ ВПРОВАДЖЕННЯ АУТСОРСИНГУ У ДІЯЛЬНІСТЬ УКРАЇНСЬКИХ ГОТЕЛІВ	23
Коніщева Н. Й., Ткачова С. С. ПРІОРИТЕТНІ НАПРЯМИ ТРАНСФОРМАЦІЇ СЕКТОРУ ТУРИЗМУ В УМОВАХ ПАНДЕМІЇ COVID-19	26
Kornilov Ievg. THE IMPORTANCE OF A GOOD TOURISTIC PRODUCT FROM INBOUND TOUR OPERATORS IN UKRAINE. MICE TOURISM AS A REMEDY FOR UKRAINIAN INTERNATIONAL TOURISM AFTER COVID-19 PANDEMIC	31
Кушнірук Г. В., Корнєва В. В. ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ «ТЕМНОГО» ТУРИЗМУ В ЧОРНОБИЛЬСЬКІЙ ЗОНІ ВІДЧУЖЕННЯ	34
Кушнірук Г. В., Щерб'як О. В. ЕКОТУРИЗМ ЯК АЛЬТЕРНАТИВА ВИРІШЕННЯ ОВЕРТУРИЗМУ	37
Мельниченко С. В., Авдан О. Г. ТУРИСТИЧНИЙ БРЕНД УКРАЇНИ: ФАКТОРИ ВПЛИВУ	40
Рибальченко Н. П. СУЧАСНИЙ ВПЛИВ ІНТЕРНЕТУ НА ОРГАНІЗАЦІЮ ЕЛЕКТРОННОГО ТУРИЗМУ	42
Смирнов І. Г., Любіцева О. О. РЕСТОРАННИЙ БІЗНЕС В УМОВАХ ПАНДЕМІЇ: ДОСВІД УКРАЇНИ	44
Старинець О. А., Куракін О. Б. ОСОБЛИВОСТІ ФЕМІНІЗАЦІЇ ТА НЕЙТРАЛІЗАЦІЇ В АНГЛІЙСЬКІЙ МОВІ (НА ПРИКЛАДІ ПРОФЕСІЙНОЇ НОМЕНКЛАТУРИ У СФЕРІ ТУРИЗМУ ТА ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОЇ СПРАВИ)	47

Ткачук Т. М. ТЕНДЕНЦІЙНІ СТРАТЕГІЇ РОЗВИТКУ ГОТЕЛІВ У ПАНДЕМІЧНИХ УМОВАХ	50
Якимчук Д. М. ОСОБЛИВОСТІ ФУНКЦІОНУВАННЯ КАФЕ СПОРТИВНОГО ХАРЧУВАННЯ	53
Ярославська Л. П., Загородній В. В. ОРІЄНТУВАННЯ НА МАРШРУТІ ПІД ЧАС ПІШОХІДНОГО ПОХОДУ	55

ПРОБЛЕМИ ДЕРЖАВНОГО РЕГУЛЮВАННЯ ТА ІНТЕГРАЦІЇ УКРАЇНИ ДО СВІТОВОГО ПРОСТОРУ В ТУРИСТИЧНОМУ ТА ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОМУ БІЗНЕСІ

Загородній В. В., Ярославська Л. П. СПОРТИВНИЙ ТУРИЗМ ЯК ОДНА ІЗ СКЛАДОВИХ ФОРМУВАННЯ ЗДОРОВОГО СПОСОБУ ЖИТТЯ.....	58
Кандиба П. О., Онопрієнко О. В. БЕЗПЕКА В ТУРИСТИЧНИХ ПОХОДАХ	60
Крижанівський А. І. ОРГАНІЗАЦІЯ ОБСЛУГОВУВАННЯ СПОЖИВАЧІВ ЗАКЛАДІВ РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА В УМОВАХ КАРАНТИНУ	62
Матусевич А. М. ФІЗИЧНЕ ВИХОВАННЯ В СІМ'Ї.....	65
Онопрієнко О. В., Кандиба П. О. ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНОГО ТА ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ	67
Субота В. В. ВЗАЄМОЗВ'ЯЗОК СПОРТИВНО-ОЗДОРОВЧОГО ТУРИЗМУ З ФІЗИЧНИМ ВИХОВАННЯМ СТУДЕНТІВ	70
Чепурда Л. М., Дубіновський Д. В. ФРАНЧАЙЗИНГ ЯК ФОРМА ВЕДЕННЯ БІЗНЕСУ В ТУРИСТИЧНІЙ ГАЛУЗІ.....	72
Чепурда Л. М., Юрченко С. О. ПОРІВНЯЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА НАЦІОНАЛЬНИХ І МІЖНАРОДНИХ СТАНДАРТІВ ЩОДО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЯКОСТІ ПОСЛУГ	75
Шестель О. Г., Литвин Т. П. СПЕЦИФІКА МІЖКУЛЬТУРНОЇ КОМУНІКАЦІЇ В ПРОФЕСІЙНІЙ ДІЯЛЬНОСТІ ФАХІВЦІВ ГАЛУЗІ ТУРИЗМУ	79

НОВІТНІ ТЕХНОЛОГІЇ В ГАЛУЗІ ТУРИЗМУ

Гладкий О. В., Цуп А. О. СУТНІСТЬ ЦИФРОВОГО ТУРИЗМУ ТА ОСОБЛИВОСТІ ЙОГО РОЗВИТКУ В МІСТІ КИЄВІ	82
Дорош Ю. С., Цимбала О. С. ОСОБЛИВОСТІ ВИКОРИСТАННЯ МОБІЛЬНИХ ЗАСТОСУНКІВ В РЕСТОРАННІЙ ІНДУСТРІЇ (НА ПРИКЛАДІ ЛЬВОВА).....	85
Кудла Н. Є., Кюріні-Поплавський Л. МОЖЛИВОСТІ ВИКОРИСТАННЯ ГЕОКЕШИНГУ У СІЛЬСЬКОМУ ТУРИЗМІ	89
Матусевич А. М. ФОРМУВАННЯ ПАТРІОТИЗМУ У СТУДЕНТСЬКОЇ МОЛОДІ НА ЗАНЯТТЯХ З ФІЗИЧНОГО ВИХОВАННЯ.....	92

Онопрієнко О. В., Онопрієнко О. М. ІННОВАЦІЇ У СФЕРІ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ	95
Савега О. Є., Медвідь І. М., Шидловська О. Б. ПЕРСПЕКТИВИ ЗАСТОСУВАННЯ ПРОДУКТІВ РАВЛИКІВНИЦТВА В SPA-ТЕХНОЛОГІЯХ ГОТЕЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВ	97
Субота В. В. ІННОВАЦІЇ ГОТЕЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВ	100
Субота В. В. ІННОВАЦІЙНИЙ РОЗВИТОК ПІДПРИЄМСТВ РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ	102
Халілова-Чуваєва Ю. О. ВПРОВАДЖЕННЯ СУЧАСНИХ ІТ-ТЕХНОЛОГІЙ В РОЗВИТОК ГОТЕЛЬНОГО ГОСПОДАРСТВА	105
Tsviliy S. M., Gurova D. D. VIRTUAL HUB FOR THE INTEGRATION OF MICROBUSINESS IN THE HOSPITALITY INDUSTRY OF THE REGION	107
Шикіна О. В., Ремігайло І. Ю. ВІРТУАЛЬНІ ВИСТАВКИ ЯК ШЛЯХ ВІДНОВЛЕННЯ ДІЛОВОГО ТУРИЗМУ У ПЕРІОД ПАНДЕМІЇ.....	110

СУЧАСНІ ПРОБЛЕМИ МЕНЕДЖМЕНТУ ТА МАРКЕТИНГУ В ТУРИСТИЧНОМУ ТА ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОМУ БІЗНЕСІ

Дутчак О. І. ФУНКЦІОНАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ ЕФЕКТИВНОГО PR-МЕНЕДЖМЕНТУ ПІДПРИЄМСТВ СОЦІОКУЛЬТУРНОГО СЕРВІСУ	113
Плецан Х. В. REPUTATION MANAGEMENT AS A STRATEGIC TOOL OF COMPETITIVENESS OF A TOURIST ENTERPRISE.....	116
Сидоренко І. О. МАРКЕТИНГОВИЙ ТА АДМІНІСТРАТИВНИЙ МЕНЕДЖМЕНТ ТУРИСТИЧНОЇ ІНДУСТРІЇ УКРАЇНИ	120
Сидоренко Т. М. ОСОБЛИВОСТІ ДИВЕРСИФІКАЦІЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА	123
Чепурда Л. М., Луцький І. М. ФАКТОРИ ВПЛИВУ НА ДІЯЛЬНІСТЬ ГОТЕЛЬНИХ МЕРЕЖ	126

ПЛАНУВАННЯ ТА ПРОГНОЗУВАННЯ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ В ГАЛУЗІ ТУРИЗМУ

Басюк Д. І., Авраменко В., Тимошенко А. БОТАНІЧНІ САДИ ЯК ІННОВАЦІЙНИЙ РЕСУРС МІСЬКОГО ТУРИЗМУ	128
Бєляєва С. С. СТРАТЕГІЯ ВІДРОДЖЕННЯ ТУРИСТИЧНОГО ТЯСМИНУ	129
Герман І. В. НАПРЯМИ АНТИКРИЗОВОЇ СТРАТЕГІЇ РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ В ЧЕРКАСЬКІЙ ОБЛАСТІ ДО 2025 РОКУ	132
Зубехіна Т. В. ГАСТРОНОМІЧНИЙ ТУРИЗМ ЯК ВАЖЛИВИЙ ЧИННИК РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ В РЕГІОНІ	135

ФАКТОРИ ВПЛИВУ НА ДІЯЛЬНІСТЬ ГОТЕЛЬНИХ МЕРЕЖ

Чепурда Л. М., д.е.н.,

*професор кафедри туризму та готельно-ресторанної справи,
декан факультету харчових технологій та сфери обслуговування*

Луцький І. М., студент I курсу аспірантури

Черкаський державний технологічний університет

Готельна індустрія є частиною соціальної інфраструктури регіону, що створює сприятливі умови для пересування та розміщення населення. Без розвиненого готельного господарства неможливо розвивати туризм, ділові відносини, вдосконалювати виробничі стосунки. Досвід інших країн показує, що готельне господарство відіграє значну позитивну роль у забезпеченні населення відповідними послугами. Ця галузь приваблює велику кількість людей, є бажання постійно підвищувати ефективність в умовах постійної ринкової конкуренції, забезпечуючи їх вигідну роботу.

Всі фактори, що впливають на стан та розвиток готельних мереж, ми можемо поділити на дві групи: зовнішні фактори та особисто-мотиваційні фактори [1, с. 56].

Зовнішніми факторами є сили найзагальнішого характеру, які впливають на галузь із зовнішнього середовища, крім того, вони практично не піддаються контролю чи впливу галузі. У свою чергу, зовнішні фактори поділяються на дві групи, або дві незалежні підсистеми: фактори непрямої та прямої дії або макросередовище (фактори загального плану) та безпосереднє середовище відповідно [2, с. 129].

Другою групою факторів, що впливають на стан та розвиток готельних мереж вважаються особисто-мотиваційні фактори. Вони представляють досить складну групу факторів суб'єктивного характеру, які в основному є складними та мають суттєвий вплив на вибір споживача. До цієї групи факторів належать підгрупи:

- соціально-демографічні;
- соціально-економічні;
- мотиваційні;
- поведінкові.

Підгрупа соціально-демографічних факторів включає в себе такі показники, як кількість споживачів, загальний рівень їх освіти, національність, приналежність до релігійних концесій тощо.

Підгрупа соціально-економічних факторів включає: загальну ємність ринку готельних послуг, загальний грошовий дохід споживачів, кількість вихідних днів, тривалість оплачуваної відпустки, загальну структуру доходів та витрат споживачів, включаючи відпочинок та витрати на відрядження.

Тип особистості, соціальні ролі та статус, менталітет споживача, тип темпераменту, спосіб життя, орієнтаційні цінності належать до мотиваційних факторів.

Підгрупа поведінкових факторів поєднує в собі фактори, що впливають на поведінку споживачів у виборі та споживанні товарів та послуг готельного господарства. Вона включає: ступінь обізнаності споживачів про товари та послуги, ставлення до товарів та реакції на їх споживання, статус користувача.

Вивчення факторів, що впливають на стан та розвиток готельних мереж, є необхідною складовою їхньої діяльності, оскільки вони перебувають у постійній взаємодії із зовнішнім середовищем та мають від нього зворотний зв'язок [3, с. 25].

Отже, на закінчення слід зазначити, що на сучасному етапі на розвиток індустрії гостинності впливає безліч важливих як внутрішніх, так і зовнішніх факторів, які фактично формують сприятливе чи несприятливе середовище для гостинності загалом та гостинності зокрема як важливий елемент туризму.

В умовах науково-технічного прогресу та стрімкого процесу комп'ютеризації абсолютно всіх сфер життя суспільства доцільніше буде більше уваги приділяти технологічному фактору та його ролі у розвитку індустрії гостинності.

Для значного поліпшення економічного стану готельних підприємств необхідно реалізовувати гнучку цінову політику у цій галузі діяльності. Персонал готелю відповідно до ринкових умов повинен змінювати рівень тарифів залежно від конкретних умов праці, залежно від попиту на готельні послуги, залежно від географічного розташування готелів, сезону (зима, весна, літо, осінь), якості обслуговування та багато іншого [4, с. 78].

ЛІТЕРАТУРА

1. Готельний бізнес: Підручник для вузів, що навчаються за спеціальностями сервісу (230000) / С. Медлік, Х. Інграм; [пер. з англ. А. В. Павлов]. – М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2017. – 239 с.
2. Зубков А. А. Довідник працівника готельного господарства / А. А. Зубков, С. А. Чібісов. – М. : Вища. шк., 2019.
3. Каурова А. Д. Організація сфери туризму: Навчальний посібник. – СПб. : «Видавничий дім Герда», 20018. – 320 с.
4. Федорченко В. К., Мініч І. М. Туристсько словник-довідник. – К. «Дніпро», 2017.

Наукове електронне видання

МАТЕРІАЛИ
ХІІ МІЖНАРОДНОЇ
НАУКОВО-ПРАКТИЧНОЇ КОНФЕРЕНЦІЇ
«ТУРИСТИЧНИЙ ТА ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННИЙ БІЗНЕС
В УКРАЇНІ:
ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ ТА РЕГУЛЮВАННЯ»
18–19 березня 2021 року
м. Черкаси

Том 1

В авторській редакції

Технічний редактор *К. В. Давиденко*

Гарн. Times New Roman. Обл.-вид. арк. 12,3. Зам. № 21-33.

Черкаський державний технологічний університет
Свідоцтво про державну реєстрацію ДК № 896 від 16.04.2002 р.
бульвар Шевченка, 460, м. Черкаси, 18006.

Редакційно-видавничий відділ ЧДТУ
red_vidav@chdtu.edu.ua