



**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

## ЗМІСТ

**Секція 1. Сучасні тенденції та стратегії розвитку готельно-ресторанного бізнесу та туризму**

ГОБЛИК-МАРКОВИЧ Н.М., ВОЛЯНСЬКИЙ Б. АНАЛІЗ ВПЛИВУ ВСЕСВІТНЬОЇ ПАНДЕМІЇ НА ДІЯЛЬНІСТЬ ГАЛУЗІ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ.....	8
ГОЛОВКО О.М., ПІДКАУРА Т. АНАЛІЗ СУТНОСТІ КОМПОНЕНТІВ, ПРАВИЛ ТА МЕТОДІВ КОРПОРАТИВНОЇ КУЛЬТУРИ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННИХ ПІДПРИЄМСТВ.....	9
ПЕРЕСІЧНА С.М., МАТЯШ Р.І. ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ АПАРТ-ГОТЕЛІВ....	12
ФЕДУЛОВА І.В. РИЗИКИ В СФЕРІ ГОСТИННОСТІ.....	14

**Секція 2. Регіональні проблеми розвитку туристичного та готельно-ресторанного бізнесу**

КОРЕЦЬКА І.Л., БЛИНДЮК Н. РЕГІОНАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНОГО ТА ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ ЖИТОМИРЩИНИ	16
ТИЩЕНКО О.Л. ПОДІЄВИЙ ТУРИЗМ НА ЧЕРКАЩИНІ ЯК СКЛАДОВА ІНДУСТРІЇ ГОСТИННОСТІ.....	18
МІЛАШОВСЬКА О.І., УДВОРГЕЛІ Л.І. ПРОБЛЕМИ І ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ГОТЕЛЬНОГО БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ.....	20
УДВОРГЕЛІ Л.І., ТЕСЛЯ Д.В. ВПЛИВ РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ НА РЕГІОН...	21

**Секція 3. Світові досягнення та інноваційні технології в туристичному та готельно-ресторанному бізнесі**

ЛУЖАНСЬКА Т.Ю., ПЕКАР П. РОЛЬ НОВІТНІХ ІНФОРМАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ В РОЗВИТКУ ІНДУСТРІЇ ГОСТИННОСТІ.....	23
МЕДВІДЬ І. М., ШИДЛОВСЬКА О. Б., ЩЕНКО Т. І. АКУСОТЕРАПІЯ – ПЕРСПЕКТИВНИЙ НАПРЯМ SPA-ІНДУСТРІЇ СФЕРИ ГОСТИННОСТІ.....	25
МОВЧАН К.М., БУДЯНЕНКО Н. РОЛЬ БІБЛІОТЕКИ В ТУРИЗМІ ТА ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОМУ БІЗНЕСІ.....	27
МІЛАШОВСЬКА О.І., УДВОРГЕЛІ Л.І. РОЛЬ «SOFT SKILLS» ТА «HARD SKILLS» В СФЕРІ ГОСТИННОСТІ.....	28

**Секція 4. Харчові технології в галузі готельно-ресторанного бізнесу**

ЛИСЮК Ю., ПОЛЬОВИК В.В., БЕРЕЗОВА Г.О. «БАНОШ» КУЛЬТУРНЕ НАДБАННЯ УКРАЇНИ.....	30
НЄМІРІЧ О.В., УСТИМЕНКО І.М., КУЧИНСЬКИЙ В.В. ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ВИРОБНИЦТВА БЕЗЛАКТОЗНОГО МОРОЗИВА, ЗБАЛАНСОВАНОГО ЗА ЖИРНОКИСЛОТНИМ СКЛАДОМ.....	32
НЄМІРІЧ О.В., ПОГОРЕЛЬСЬКА А.С. ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ВИРОБНИЦТВА ЗЕФІРУ.....	33
УДВОРГЕЛІ Л.І., КОЛКУНОВА О. ІНТЕРВАЛЬНЕ ГОЛОДУВАННЯ - ДІСТА НОВОГО ПОКОЛІННЯ. КОРИСТЬ ЧИ ШКОДА?.....	35
УДВОРГЕЛІ Л.І., ПІДКАУРА Т. МИЙНЕ ТА ОЧИЩУВАЛЬНЕ УСТАТКУВАННЯ В РЕСТОРАННОМУ ГОСПОДАРСТВІ.....	37
ЧОРІЙ М.В., ЛЕГАЧ Н. КУХНІ НАРОДІВ СВІТУ ЯК ОБ'ЄКТИ НЕМАТЕРІАЛЬНОЇ СПАДЩИНИ ЮНЕСКО.....	39
ЧОРІЙ М.В. КУЛІНАРНІ ТРАДИЦІЇ ТА ГАСТРОНОМІЧНІ ЗВИЧКИ НАРОДІВ ЯК ЕЛЕМЕНТ СОЦІАЛЬНОЇ ЄДНОСТІ.....	41

**Секція 5. Безпечність та якість послуг і продукції закладів готельно-ресторанного господарства**

ДЖУЛАЙ М.В. ВПЛИВ COVID-19 НА ФОРМУВАННЯ БРЕНДУ РОБОТОДАВЦЯ	
---	--

напрямку міжнародних відносин УНРА, тотальне зниження об'ємів виручки стало просто згубним для більшості готельних закладів оскільки галузь має загалом дуже високу структуру витрат [2].

Через пандемію попит на готельно-ресторанні послуги є низьким і, як наслідок, суттєві втрати, завдані ринку, призвели до банкрутства і закриття певної частки підприємств галузі. З цією метою в уряді планується низка заходів щодо підтримки готельно-ресторанного бізнесу. Задля цього працюють спеціальні організації, що лобюють права підприємств галузі, - це Асоціація Готелів та Курортів України (УНРА) та Українська ресторанна асоціація (УРА). Обидві організації створені у 2020 році як необхідна умова існування та виживання галузі готельно-ресторанного бізнесу.

Таким чином, можна напевно спрогнозувати, що навіть після скасування обмежувальних заходів через пандемію, відновлення обсягів готельно-ресторанного бізнесу займе не один рік. Для цього необхідною є злагоджена робота і підтримка галузі урядом, а також організована спонукальна робота створених галузевих асоціацій.

### Література

1. Готельний бізнес в Україні зазнав серйозних збитків через пандемію – готельєри [Електронний ресурс]/ Мультимедійна платформа іномовлення України. - Режим доступу: <https://www.ukrinform.ua/rubric-tourism/3174593-gotelnij-biznes-v-ukraini-zaznav-serjoznih-zbitkiv-cerez-pandemiu-goteleri.html>.
2. Дві треті українських готелів у 2020 році скоротили виручку на 40% і більше [Електронний ресурс]/ Результати досліджень УНРА. - Режим доступу: <https://ua.interfax.com.ua/news/economic/717499.html>.
3. Гакова М.В. Управління підприємствами готельно-ресторанного господарства: сутність та специфіка [Електронний ресурс] / М.В. Гакова. – Серія: Міжнародні економічні відносини та світове господарство. – Випуск 13. Ч.1. – 2017. - Режим доступу: [http://elibrary.donnuet.edu.ua/222/1/Gakova\\_article\\_13\\_1\\_2017.pdf](http://elibrary.donnuet.edu.ua/222/1/Gakova_article_13_1_2017.pdf). – С.55-60.

УДК 17.023.36 : 005.35(043.2)

О.М.ГОЛОВКО

кандидат технічних наук, доцент,  
доцент кафедри готельно-ресторанної та музейної справи  
Мукачівський державний університет,  
м.Мукачево  
Т. ПІДКАУРА  
студентка,  
Мукачівський державний університет,  
м.Мукачево

## АНАЛІЗ СУТНОСТІ КОМПОНЕНТІВ, ПРАВИЛ ТА МЕТОДІВ КОРПОРАТИВНОЇ КУЛЬТУРИ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННИХ ПІДПРИЄМСТВ

Сьогодні в складних соціально-економічних умовах господарювання стан функціонування готельно-ресторанних підприємств потрібно розглядати не тільки з позицій економіки, а потрібно брати до уваги основні складові, встановлені правила та методи впровадження корпоративної культури.

Метою дослідження є аналіз сутності компонентів, правил та методів впровадження корпоративної культури в готельно-ресторанних підприємствах. Проведено аналіз джерел, що висвітлюють вказані питання.

Грунтовне вивчення наукових джерел їх теоретичних положень та аналізування засвідчило про значну увагу науковців до сутності корпоративної культури, правил та методів в готельно-ресторанних підприємствах.

Культура - історично набутий людством протягом життя, набір правил у середині соціуму для збереження та гармонізації відповідних цінностей.

Панорама культури сьогодення досить є барвистою й багатогранною, але кожна його частина є невід'ємною частиною всього нашого життя. Потужний розвиток засобів масової інформації та інформації суттєво вплинули на архаїчну та традиційну культуру. Для сучасної культури характерним є і процеси індустріалізації [1].

Поняття культури організації(корпоративної) є одним з базових понять при управлінні. Корпоративна культура – нова галузь, яка почала своє життя з галузі знань організаційної поведінки, що вивчає загальні підходи, принципи, закони та закономірності в таких напрямках як: особистість, групова поведінка, поведінка керівника готельно-ресторанного підприємства; адаптація до внутрішнього і зовнішнього середовища, підвищення організаційної діяльності підприємства тощо.

Корпоративна культура орієнтована на внутрішнє середовище і проявляється в організаційній поведінці співробітників готельно-ресторанного підприємства: стійкість, ефективність і надійність організаційних зв'язків; дисципліну і культуру їх виконання; адаптивність до нововведень; загальноприйнятий стиль управління, заснований на співпраці, активні процеси позитивної самоорганізації та багато іншого, що проявляється в корпоративній поведінці працівників відповідно до прийнятих норм і визнаними цінностями, які об'єднують інтереси окремих людей та готельно-ресторанного підприємства в цілому.

Тобто, корпоративна культура готельно-ресторанного підприємства – це політика й філософія діяльності підприємства, які базуються на сукупності внутрішньо-організаційних принципах, правилах взаємовідносин між співробітниками тощо. Корпоративна культура — це певна ідеологічна форма внутрішнього і зовнішнього впливу на людей для досягнення певної мети або комплексу цілей.

Особливої уваги заслуговують сутності підходів корпоративної культури [2].:

*Символічний підхід* — підхід, в основу якого покладені уявлення про підприємство, як про систему, внутрішнє середовище якого характеризується відомим рівнем соціальної невизначеності. Керівництво домагається формування у свідомості працівників сукупності «правильних» символів-маяків, завдяки яким впливає на всі сфери діяльності підприємства, що забезпечує ефективну його діяльність.

*Когнітивний підхід* — підхід, при якому корпоративна культура розглядається як окремий набір правил, вірувань, знань, засвоєних працівниками підприємства в ході представлення зовнішніх соціальних та службових взаємозв'язків. Управління культурою здійснюється шляхом проведення різних форм навчання, тренінгів, інформування персоналу і т. д.

*Систематичний підхід* — підхід, заснований на виборі як основного культурного визначника клімату підприємства, який, з одного боку, формується під впливом об'єктивних властивостей (стилю керівництва, місії підприємства тощо), а з іншого боку, характеризується станом психологічного середовища, тобто закріпленням у свідомості працівників комплексів суб'єктивних вражень і думок.

Поряд з цим культуру готельно-ресторанного підприємства потребою є розглядати за трьома рівнями [3] :

1) Рівень артефактів. Артефакти включають такі елементи, як мову, технологію та продукти діяльності, стиль (в одязі), манери спілкування, емоційну атмосферу, міфи та історію, ритуали, церемонії тощо; рівні цінностей(відображення чийось оригінальних ідей щодо змін в певних виявів роботи).

2) Рівень базових уявлень (є настільки очевидними, що варіювання поведінки зводиться до мінімуму й їх зміна відбувається важко. Якщо люди поділяють однакові базові уявлення, вони відчують комфорт, якщо різні — дискомфорт).

3) Рівень колективних цінностей, норми, правила поведінки тощо.

Готельно-ресторанне підприємства, які характеризуються високою плинністю кадрів або малозмістовною історією можуть не виробити колективні уявлення і не сформують корпоративну культуру.

Мають суттєве значення компоненти корпоративної культури :

1. Найбільш поширений компонент корпоративної культури - це наявність командних заходів, які зазвичай направлені на різні святкування, наприклад, з нагоди: дня компанії; дня галузі або професійного свята; днів народжень співробітників; досягнення підприємством певних фінансових результатів; будь-яких інших подій.

2. Важливим компонентом корпоративної культури є корпоративні засоби масової інформації. Звичайно це:

- корпоративний веб-сайт як для внутрішнього, так і для зовнішнього користування. Внутрішній сайт називають інтернетом. Це дуже зручний засіб для внутрішнього спілкування і локальних досліджень;

- інформаційні дошки, на яких в друкарському вигляді розміщується вся інформація, яка доноситься до співробітників різними джерелами: електронною поштою, на зборах, наказами, оголошеннями і ін.;

- інформаційні листи (розсилаються працівникам в електронному або в друкарському вигляді).

3. Ще один компонент корпоративної культури - корпоративні документи, в яких мають місце різні положення кадрової політики : про адаптацію; про мотиваційну і компенсаційну політику ; про преміювання; про кар'єрне підвищення, про відділи (організаційна структура, рівні ієрархії, структура підлеглості і внутрішніх комунікацій); про внутрішніх клієнтів і взаємозв'язки (скорочена версія бізнес-процесів); про оцінку персоналу, нагородження і конкурси; про корпоративні свята тощо.

Документи називають по різному та фіксують різні аспекти, але вони обов'язково мають бути. Наявність чітко прописаної документальної системи не стільки формує корпоративну культуру, скільки підтримує її і укріплює як офіційну.

4. Необхідний компонент корпоративної культури - чітко зафіксована організаційна структура, доведена до відома всіх працівників.

5. Важливим компонентом є корпоративні стандарти, які обов'язково прописуються в статуті або кодексі. Інколи їх ділять на "для всіх" і "для відділів". Добре складений статут або кодекс практично замінює всю необхідну корпоративну культуру і може застосовуватися як в адаптаційній програмі, так і для комплексної оцінки співробітників з метою мотиваційних змін . Кодекс корпоративної етики – сукупність правил та норм поведінки, яких повинні дотримуватися учасники певної групи людей (співробітники підприємства). Етичний кодекс може містити регламентації поведінки співробітника у складній ситуації або порядок прийняття важливих для готельно-ресторанного підприємства рішень, підвищувати статус підприємства в очах представників її мікро- та макросередовища та служити для розвитку корпоративної культури підприємства.

Якщо всі подані компоненти вишикуються в комплексну систему, то співробітникам підприємства легше стає ознайомитися та орієнтуватися в корпоративній культурі підприємства, що успішно допоможе сформувати сильну корпоративну культуру на підприємстві, про яку обов'язково дізнаються і за межами підприємства.

В основі корпоративної культури в першу чергу відносимо – традиції. Традиції – певні події або свята, які притаманні певній організації та націлені на внутрішню аудиторію, а саме на персонал компанії та членів їх родин, її партнерів, керівний склад,

інвесторів і т.д. Завдяки таким заходам швидко розвивається єдність між працівниками, корпоративний дух та повага до своєї компанії. На заходах керівники часто виявляють корисні таланти своїх підлеглих та згладжують конфліктні ситуації, які виникли в період роботи.

Принципи корпоративної культури – це базові вихідні положення, які забезпечують її формування [4] та розвиток. Кожне готельно-ресторанне підприємство розробляє свої характерні принципи корпоративної культури. Дотримання підприємством принципів корпоративної культури впливає на подальший її стан, ефективність прийняття управлінських рішень, результативність діяльності працівників.

Узагальнено можемо вважати, що структуру корпоративної культури складають як зовнішні атрибути, що відображають матеріальну сторону життя організації (символіка, кольори, зовнішній вигляд будівель, устаткування, меблі, слогани, фірмовий стиль, організаційні церемонії, робоча обстановка та ін.), так і внутрішні цінності і норми, стратегії поведінки (вірування, цінності, ритуали, табу, образи і міфи, пов'язані з діяльністю організації, прийняті норми спілкування). Чим успішніше їх поєднання, тим краща працездатність того чи іншого готельно-ресторанного підприємства.

Отже, можемо зробити висновок, що корпоративна культура – це відповідний рівень майстерності, уміння персоналу й керівництва працювати ефективно на всіх рівнях у всіх функціональних сферах. Це означає, що ефективність і конкурентоспроможність готельно-ресторанного підприємства залежать переважно від його культури, а робити висновки, наскільки високий чи низький рівень культури, можна за рівнем економічної ефективності й конкурентоспроможності підприємства.

#### Література

1. Головка О.М. 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
2. . Вікіпедія. Інтернет-енциклопедія. [Електронний ресурс] – Режим доступу: [http://ru.wikipedia.org/wiki/ Корпоративна\\_культура](http://ru.wikipedia.org/wiki/Корпоративна_культура)
3. [https://pidru4niki.com/12980108/menedzhment/korporativna\\_kultura\\_sistemi\\_upravlinnya\\_p\\_ersonalom\\_pidpriyemstva](https://pidru4niki.com/12980108/menedzhment/korporativna_kultura_sistemi_upravlinnya_p_ersonalom_pidpriyemstva).
4. Бала О.І., Мукан О.В., Бала Р.Д. Принципи корпоративної культури підприємств: сутність та види. – 2010. – № 682. – С. 11-15.

УДК 640.4(477.8)

С.М. ПЕРЕСІЧНА  
кандидат технічних наук, доцент,  
доцент кафедри готельно-ресторанного бізнесу,  
Київський університет культури,  
м. Київ  
Р.І. МАТЯШ  
магістр,  
Київський університет культури,  
м. Київ

#### ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ АПАРТ-ГОТЕЛІВ

Гостинність є необхідною складовою зовнішньої політики держави, а заклади розміщення та харчування – незамінним атрибутом великого бізнесу в різних аспектах. На сьогоднішній день конкуренція на ринку послуг готельно-ресторанного господарства постійно зростає, що змушує підприємців шукати нові шляхи розвитку власного бізнесу.



# 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/>