



**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
Секція 6. Психолого-педагогічні аспекти кадрового забезпечення закладів ресторанного, готельного та туристичного бізнесу	
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
Секція 7. Сучасні концепції менеджменту та маркетингу в сфері гостинності	
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
Секція 8. Організаційні та економічні аспекти ефективного управління туристичним та готельно-ресторанним бізнесом	
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

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].

Культура як зміст і певна характеристика життєдіяльності людини та суспільства багатогранна. Тому при розгляді її сутності, структури, специфіки можливі різні підходи. Як результат багатогранності культури існує велика кількість її визначень у філософії. Коли ми маємо діло з філософським осмислюванням культури, то як правило, нашим об'єктом є культура, як така. Подібний підхід потребує залишити за дужками, або в якості прикладів, або образів локальної культури - як національні, так і регіональні. А так як кожний дослідник формується у досконально визначеному фокусі культури та ідентифікує себе з конкретним народом, то мета осмислення культури у всякому випадку визначає вихід дослідника, його думки за межі наявного буття [2].

Історія розвитку сфери гостинності пов'язана з розвитком цивілізації, культурою мандрівок, подорожей, туризму, які відображають характерні культурні риси тої чи іншої епохи й покладені в основу розміщення, обслуговування гостей, які їх використовували.

Перші погляди на складові культури закладів сфери гостинності - таверни, що надавали послуги харчування і розміщення зустрічаються в манускриптах - кодексу царя Вавілоу Хаммурапі, де були встановлені правила діяльності.

У стародавній Греції набули поширення два типи заїжджих дворів: приватні катагогії; державні – пандокеї, передбачалося постійне водопостачання керамічними трубами, наявність у дворику туалету- латрики, водоймищ, фонтанів, декоративного озеленення [3]. У подібних закладах часто зупинялися державні службовці, багаті патриції. Характеризувалися вони вишуканим обслуговуванням та зручністю перебування в них. Тобто у середні віки набирає поширення комплекс знань слова «культура», згідно з яким культура стала асоціюватися з міським укладом життя, а пізніше в епоху Відродження, з удосконаленістю людини.

Попередники підприємств сфери гостинності - постійні двори з'явилися в Київській Русі у XII-XIII ст. Вони надавали притулок для всіх категорій подорожуючих, але з низьким комфортом, тобто з низьким рівнем культури.

В XVI ст. з'являються перші кофейні, які вкінці XVII ст. стають центрами культурного життя того часу. В 1553 р. в Парижі з'являються унікальні того періоду часу заклади – ресторан Tour d Argent, завданням якого було надати послуги харчування [4]. Це стало початком формування культури харчування і обслуговування у відповідних закладах. Характерною особливістю цього періоду є наявність таверн для простих людей, де за загальним столом подавалися чергові страви за фіксованими цінами. В сільській місцевості двір обслуговував всіх приїжджих: заможні люди обслуговувалися в столовій або у себе у кімнаті, бідняки їли в основному із господарями і його сім'єю на кухні.

У XVIII ст. слово “культура” набуває самостійного наукового значення. Цей термін, не випадково, оформлюється у наукове поняття саме в добу Нового часу. Відчутні зрушення у соціальному бутті людей, які сталися на зламі Середніх віків і Нового часу, характеризувалися, передусім, початком глибоких змін у становленні людини до природи (промисловий переворот, пов'язаний з переходом від мануфактурного до машинного виробництва). Людина починає усвідомлювати себе силою, здатною протистояти природі, а “культура” європейська людина Нового часу наділяється якостями, які значно відрізняють її від “природної” людини минулого. І в цей час постає питання про сутність нового середовища життя, що створюється людиною на протигагу природі, про характер його впливу на саму людину, про те, злом чи благом є новий, штучно створений людьми світ. Виникає потреба у понятті, яке фіксує новий “неприродний” стан суспільства і людини [2].

У XVIII – XIX ст. зростають економічні й політичні зв'язки між державами розпочинається бурхливий розвиток сфери гостинності, особливо у містах Європи. В кінці XIX ст. у великих містах з'являються підприємства сфери гостинності зі зручностями: каналізацією, гарячим водопостачанням, опаленням, піднімальними

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



МУКАЧІВСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

89600, м. Мукачево, вул. Ужгородська, 26

тел./факс +380-3131-21109

Веб-сайт університету: www.msu.edu.ua

E-mail: info@msu.edu.ua, 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/>