



Міністерство освіти і науки України

Мукачівський державний університет

Київський національний університет харчових технологій

Луцький національний технічний університет

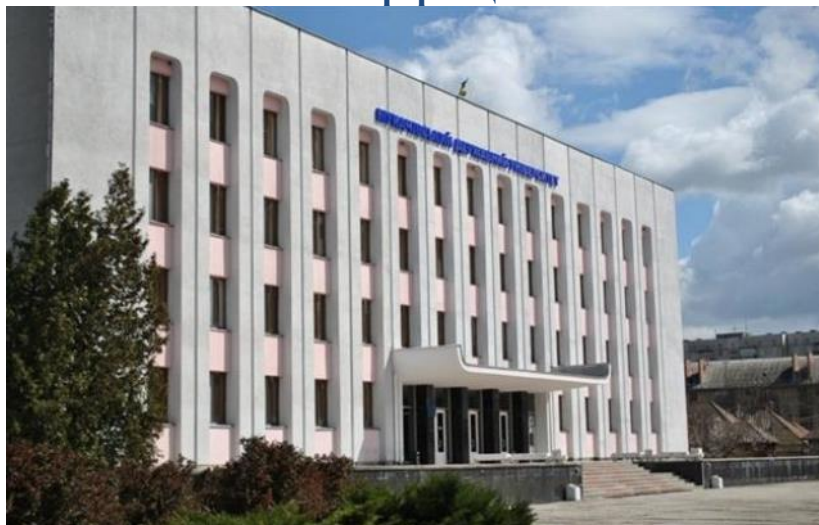
ДВНЗ Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника

Полтавський університет економіки і торгівлі

Ужгородський торговельно-економічний інститут КНТЕУ

«РЕАЛІЇ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ІНДУСТРІЇ ГОСТИННОСТІ В УМОВАХ ІНТЕГРАЦІЙНИХ ПРОЦЕСІВ»

**Тези доповідей VI Всеукраїнської науково-практичної інтернет-
конференції**



**Мукачево
24 березня 2023 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 26 квітня 2023 року)

Реалії та перспективи розвитку індустрії гостинності в умовах інтеграційних процесів: тези доповідей VI Всеукраїнської науково-практичної конференції. – Мукачево: РВВ МДУ, 2023.- 77 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, 2023

ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ СТАЛОГО РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ В СУЧАСНИХ УМОВАХ	42
ПАШ В.Й., ІЛЬТЬО Т.І. СИСТЕМА ЗБАЛАНСОВАНОГО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМНИЦТВА У СФЕРІ РЕКРЕАЦІЇ ТА ГОТЕЛЬНО РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ	44
СКОПЕНКО Н.С. РИЗИКОВАНІСТЬ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ В СУЧАСНИХ УМОВАХ	45
ЮРЧЕНКО Д., ЧОРІЙ М.В. АНАЛІЗ ДИНАМІКИ ТРАНЗАКЦІЙ ЗАКЛАДІВ ГРОМАДСЬКОГО ХАРЧУВАННЯ ТА СТРАТЕГІЯ РОБОТИ У 2023 РОЦІ	47
Секція 4. Адаптація готельно-ресторанного бізнесу до реалій сьогодення	
ГНИБІДА О., МІЛАШОВСЬКА О.І. УПРАВЛІННЯ ЕКСПЛУАТАЦІЙНОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО ПІДПРИЄМСТВА В КРИЗОВИХ УМОВАХ	50
ДЖУЛАЙ М.В. АДАПТАЦІЯ ЦІННІСНОЇ ПРОПОЗИЦІЇ РОБОТОДАВЦЯ ДО РЕАЛІЙ СЬОГОДЕННЯ	52
КИРНІС Н.І. РЕСТОРАННИЙ БІЗНЕС ПОЛТАВЩИНИ В УМОВАХ СЬОГОДЕННЯ	53
МОХАТІЙ Д., МОЛНАР-БАБІЛЯ Д.І. АНАЛІЗ РОБОТИ РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ В УМОВАХ ВІЙНИ	55
ПЕТРИШИН Н.З., УДВОРГЕЛІ Л.І. ОСНОВНІ ФОРМАТИ ТА ТРЕНДИ РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ ПІД ЧАС ВІЙНИ	56
П'ЯНКОВ В.С. ФЕНОМЕН «ГОСТИННОСТІ» - ЯК ОЗНАКА ІДЕНТИЧНОСТІ УКРАЇНСЬКОЇ НАЦІЇ	57
ХАУСТОВА І., ГОЛОВКО О.М. РОЗВИТОК САНАТОРНО-КУРОРТНИХ ЗАКЛАДІВ ЗАКАРПАТТЯ В УМОВАХ ВІЙСЬКОВОГО СТАНУ	59
Секція 5. Світові досягнення та інноваційні технології в туристичному та готельно-ресторанному бізнесі	
БОРОВИК Т., СИЛЬЧУК Т.А. ДОПОВНЕНА РЕАЛЬНІСТЬ, ЯК ІННОВАЦІЯ В РЕСТОРАННОМУ БІЗНЕСІ	60
ВЛАСЕНКО М., УДВОРГЕЛІ Л.І. ВИКОРИСТАННЯ ПЛАТФОРМИ «INSTAGRAM», «FACEBOOK», «TWITTER» ДЛЯ ЕФЕКТИВНОЇ ПРАЦІ РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ: ПЛЮСИ І МІНУСИ	61
ЗУБАР Н.М., КОСЯК І.В. «ЗЕЛЕНІ» ІННОВАЦІЇ ТА ТЕХНОЛОГІЇ В ІНДУСТРІЇ ГОСТИННОСТІ	63
КОВАЛЬ З., СИДОРУК С.В. РЕБРЕНДИНГ ЯК ЕЛЕМЕНТ ПОПУЛЯРИЗАЦІЇ ЗЕЛЕНОГО ТУРИЗМУ У ВОЛИНСЬКІЙ ОБЛАСТІ	66
ЛЕПКІЙ М.І., ПОДОЛЯК В.М. ІННОВАЦІЙНІ НАПРЯМИ РОЗВИТКУ ГАСТРОНОМІЧНОГО ТУРИЗМУ В УМОВАХ СТАЛОГО РОЗВИТКУ	67
ЛІПІНСЬКА К. В. ТЕХНОЛОГІЧНІ ІННОВАЦІЇ В РЕСТОРАННІЙ ІНДУСТРІЇ	69
МОРТОВ М., ГОЛОВКО О.М. АНАЛІЗ СУТНОСТІ СЕРВІСНОГО ОБСЛУГОВУВАННЯ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННИХ ПІДПРИЄМСТВ	71
НОВАК Є., МОЛНАР-БАБІЛЯ Д.І. ПОТЕНЦІЙНА ПРИБУТКОВІСТЬ ЯК ОСНОВА ДЛЯ МЕТОДИКИ КЛАСИФІКАЦІЇ УЧАСНИКІВ КЛАСТЕРУ ТУРИЗМУ І ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОЇ СПРАВИ	73
ПЛЮЩ С.А., МОСКВІЧОВА О.С. ОСОБЛИВОСТІ ЗАСТОСУВАННЯ КОМАНДНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ У ТУРИСТИЧНОМУ БІЗНЕСІ	75

УДК 338.486.4:005.336:338.48-6:615.8:338.488.2:640.4(043.2)

НОВАК Є.
магістр
Мукачівський державний університет
м. Мукачево
МОЛНАР-БАБІЛЯ Д.І
кандидат хімічних наук, доцент
Мукачівський державний університет
м. Мукачево

ПОТЕНЦІЙНА ПРИБУТКОВІСТЬ ЯК ОСНОВА ДЛЯ МЕТОДИКИ КЛАСИФІКАЦІЇ УЧАСНИКІВ КЛАСТЕРУ ТУРИЗМУ І ГОТЕЛЬНО- РЕСТОРАННОЇ СПРАВИ

Вважаємо за доцільне взяти за основу кластеру прибутковість обов'язкового типу, яка, в свою чергу має формуватися на основі отриманого загального чи валового прибутку, що отримується від узагальненого підсумку виробничої діяльності. Розподіл підсумку проводиться пропорційно до вкладень від учасників кластеру[1]. Подальше існування кластеру залежить від потенційної прибутковості.

Метою даних тез до виступу на науковій конференції є спроба зробити певний опис системного характеру для методики класифікації учасників кластеру туризму та ГРС, яка базується на потенційній прибутковості. Також на меті є зробити спробу довести той факт, що саме валовий прибуток має слугувати за основу для подальшої класифікації учасників кластера за потенційною прибутковістю[2]. Одним з аргументів для цього є той факт, що саме валовий прибуток визначає саму ефективність виробничої діяльності, яка, в свою чергу, є умовою для здатності учасників кластеру створювати якісний туристичний та готельно-ресторанний продукт.

Логічним буде зробити висновок і про те, що потенційні можливості для подальшого розширення виробництва продукту в сфері туристичного та готельно-ресторанного бізнесу визначаються за фактичним надлишком вартості, що перебільшує витрати виробництва. По мірі збільшення такого надлишку збільшується й обсяг спільного виробництва[3].

На основі прикладів наочно демонструється залежність потенційної прибутковості для учасників кластеру від декількох (максимум 4) факторів, а саме: від обсягів реалізації конкретного продукту, який виробляє учасник кластеру; прогнозована структура такого продукту та планована собівартість власне виробництва, а також – плановий рівень середніх цін на продукцію при її реалізації. З метою ілюстрації вважаємо за необхідне застосувати модель аналізу прибутку саме на основі 4-х факторів. В подальшому є певні перспективи в плані розвитку вищезгаданої методики класифікації учасників кластера за потенційною прибутковістю на основі змісту визначених моделей факторів[4].

В чому полягає важливість класифікації учасників кластеру в готельно-ресторанній справі та туризмі саме за їх потенційною прибутковістю, іншими словами – з точки зору їх спроможності давати прибуток, при якому відтворюються використані ресурси? На наш погляд, ця важливість зумовлена тим, що кластер формується певними групами суб'єктів підприємництва, які об'єднані спільним виробництвом туристичних послуг чи товарів у закладах харчування[5]. З цього робимо висновок про те, що в разі неспроможності учасників кластеру, в результаті своєї діяльності, забезпечити прибуток в подальшому, то ці учасники не здатні створювати спільний продукт в сфері туристичного та готельно-ресторанного бізнесу, оскільки в такому випадку вони не можуть спільно використовувати туристичні ресурси, інфраструктуру, місцеві ринки праці, отримуючи при цьому однаковий рівень ефективності.

Як зазначалося вище, саме 4 базові фактори служать основою для формування потенційної прибутковості учасників кластеру. До цих факторів належать наступні:

- 1) Прогнозовані обсяги реалізації для продукту певного учасника кластеру;
- 2) Прогнозована структура продукту, який виробляється учасником кластеру;
- 3) Собівартість продукту учасника кластера, закладена у планах;
- 4) Середній рівень цін при реалізації продукту учасника, закладений в плані.

Тому пропонується провести співставлення вартісних даних за різними проміжками часу з метою подальшої класифікації учасників кластерів у туристичному та готельно-ресторанному бізнесі за їх потенційною прибутковістю. Додатковою умовою є приведення цих даних до поточних цін порівняно з базисними[6].

В ході співставлення повинні застосовуватися такі дані:

- Цінові індекси за продуктами, що виробляються по відповідних проміжках часу.
- Індекси витрат з врахуванням зростання цін на витратні матеріали та сировину (за відсутності даних застосовуватимуться тільки цінові індекси).

Отримані результати узагальнюються в рамках вищезгаданої 4-факторної моделі для аналізу прибутку та є потенційною основою для подальшої класифікації учасників кластеру згідно їх потенційної прибутковості. Отже, основою класифікації слугуватиме результат проведення усіх процедур аналізу[7].

Зокрема, відповідно до змісту процедур визначатимуться загальні зміни в прибутку під впливом факторів у таблиці, шляхом сумування отриманих результатів. Порядок сумування аналогічний для процедур визначених факторних моделей, тобто – за допомогою заміни базової величини за кожним факторним показником на фактичну у звітному періоді[8].

При всіх процедурних підходах результат сумування використовуватиметься саме для створення системи розподілу учасників кластеру за наступними групами їх потенційної прибутковості:

1) Учасники з максимальною потенційною прибутковістю. Сюди належатимуть учасники з найвищим валовим прибутком та високою ймовірністю його зростання в подальшому.

2) Учасники з достатнім рівнем потенційної прибутковості. Сюди так само належатимуть учасники з високим валовим прибутком, але високою ймовірністю зниження або з прибутком, що зростає на постійній основі.

3) Учасники з низькою потенційною прибутковістю. Сюди мають належати учасники з достатнім рівнем валового прибутку і, водночас, високою ймовірністю до його значного зниження.

4) Група учасників з відсутньою потенційною прибутковістю. Не мають джерела розвитку виробництва.

1. Ганжа Ю.В. Міжнародна практика факторного аналізу прибутку підприємства. *Економіка та держава*. 2007. № 4. С. 35—36.

2. Іценко Н.А. Факторний аналіз формування прибутку підприємства. *Наукові праці КНТУ. Економічні науки*, 2010, Вип. 17. URL.: http://www.kntu.kr.ua/doc/zb_17_ekon/stat_17/33.pdf (Accessed 19.19.2021).

3. Корінев В.Л. Дослідження впливу ціни на прибутковість діяльності підприємства. *Актуальні проблеми економіки*, 2005, Вип. 2. С. 92—98.

4. Поддерезгин А.Н., Скочий С.В. Факторний аналіз формування прибутку виробничого підприємства.

Збірник наукових праць Університету державної фіскальної служби України, № 2, 2018. С. 304—318.

5. Пудичева Г. О. Факторний аналіз прибутку підприємства. *Science and innovation*.

Collection of scientific articles. Montreal, Canada: Publishing house "BREEZE", 2018. С. 97—102.

6. Рязанцева В. В. Аналіз формування та використання прибутку підприємства. *Статистика України. 2007. №1. С. 40—43.*

7. Янковий О. Г., Кошельок, Г. В. Фактори формування прибутку підприємства. *Вісник соціально-економічних досліджень, 2011. — Вип. 43 (3). С. 298—305.*

8. <https://nayka.com.ua/index.php/economy/article/view/507/514>

УДК 338.48

ПЛЮЩ С.А.

здобувач

Національний університет біоресурсів
і природокористування України

м. Київ

МОСКВІЧОВА О.С.

кандидат економічних наук, доцент

Національний університет біоресурсів
і природокористування України

м. Київ

ОСОБЛИВОСТІ ЗАСТОСУВАННЯ КОМАНДНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ У ТУРИСТИЧНОМУ БІЗНЕСІ

Командоутворення як новий метод організаційного розвитку виник у США та Західній Європі наприкінці 1980-х – на початку 1990-х років і швидко став популярним у всьому світі та в сучасній Україні.

Команди стають найважливішим інструментом для організації роботи в нинішньому корпоративному світі. Команди мають потенціал миттєво накопичувати ресурси, організувати роботу, виконувати роботу та розсіюватися. Команди є ефективним інструментом мотивації співробітників [1].

Основним ресурсом бізнесу в туристичній галузі, на наш погляд, є талант, від кваліфікації та продуктивності праці якого залежать результати господарської діяльності, досягнення поставлених цілей, здатність перемагати в конкурентній боротьбі. Особливо це стосується туристичного бізнесу, оскільки якість обслуговування клієнтів безпосередньо залежить від кваліфікації та мотивації співробітників.

Основним завданням управління персоналом на туристичних підприємствах є забезпечення кваліфікованими та сумлінними працівниками, їх підвищення кваліфікації та ефективне використання відповідно до особистих і цілей компанії. Важливим напрямком цієї роботи є створення доброї соціально-психологічної атмосфери та формування корпоративної культури, завдяки чому підвищується ефективність соціальної комунікації та здатність співробітників до конструктивного спілкування.

Одним із сучасних методів управління бізнесом у туристичній індустрії на сьогодні є командоутворення - англійською *team building*, що означає формування колективу. Побудова команди – це процес перетворення групи окремих співробітників на згуртовану команду, яка організовано працює разом для задоволення потреб клієнта шляхом досягнення його цілей і завдань. Звичайно – є основна група підприємств, які явно залучені до туризму. Готельєри, туроператори, конференц-центри та аеропорти обслуговують мандрівників і беруть на себе свою роль в економіці туризму. Є також компанії, які обслуговують місцевих жителів і відвідувачів, які можуть (або не можуть) усвідомлювати важливість туризму. Ці компанії включають ресторани, атракціони, навіть



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/>