

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ІНСТИТУТ МОДЕРНІЗАЦІЇ ЗМІСТУ ОСВІТИ
КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ КУЛЬТУРИ І МИСТЕЦТВ
КИЇВСЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ КУЛЬТУРИ
WYŻSZA SZKOŁA TURYSTYKI I JĘZYKÓW OBcych W WARSZAWIE (WSTIJO)
(РЕСПУБЛІКА ПОЛЬЩА)
EMBASSY OF HUNGARY, DEPARTMENT OF ECONOMIC AFFAIRS (УГОРЩИНА)
WYŻSZA SZKOŁA TURYSTYKI I EKOLOGII
(РЕСПУБЛІКА ПОЛЬЩА)
МІЖНАРОДНА ТОРГІВЕЛЬНА ПАЛАТА ІСС UKRAINE
ФАКУЛЬТЕТ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО
І ТУРИСТИЧНОГО БІЗНЕСУ**

ГОСТИННІСТЬ, СЕРВІС, ТУРИЗМ: ДОСВІД, ПРОБЛЕМИ, ІННОВАЦІЇ

VIII МІЖНАРОДНА НАУКОВО-ПРАКТИЧНА КОНФЕРЕНЦІЯ

8-9 квітня 2021 рік

Реєстрація Міністерства освіти і науки України
Лист № 22-1/10-2175 від 20.10.2020

Тези доповідей

КИЇВ 2021

УДК 640.43+379.851+330.341.1

Г 725

*Друкується за рішенням Вченої ради
Київського національного університету культури і мистецтв
(протокол № 10 від 22 березня 2021 р.)*

Г 725 Гостинність, сервіс, туризм: досвід, проблеми, інновації : тези доповідей VIII Міжнар. наук.-практ. інтернет-конф., Київ, 8-9 квіт., 2021 р. / М-во освіти і науки України; Інститут модернізації змісту освіти; Київ. нац. ун-т культури і мистецтв ; Київ. ун-т культури ; Ф-т готельно-ресторанного і турист. бізнесу. – Київ : Вид. центр КНУКіМ, 2021. – 350 с.

ISBN 978-966-602-325-7

Збірник містить наукові тези VIII Міжнародної науково-практичної інтернет-конференції «Гостинність, сервіс, туризм : досвід, проблеми, інновації», яка відбулася 8-9 квітня 2021 р. на базі Міжнародної Торговельної Палати ICC Ukraine, Wyższa Szkoła Turystyki i Języków Obcych w Warszawie (WSTiJO) (Республіка Польща), EMBASSY OF HUNGARY – HUNGARIAN TOURISM Information Office (Угорщина), Wyższa Szkoła Turystyki i Ekologii (Республіка Польща), Мережі еко-ресторанів «Батьківська хата», Асоціації кулінарів України, Асоціації сомельє України, Сім'ї ресторанів Дмитра Борисова. Матеріали містять певні підсумки наукових досліджень провідних учених України та країн-учасниць конференції, а також доробки докторантів, аспірантів, магістрантів та будуть цікавими й корисними для широкої наукової громадськості, фахівців готельно-ресторанного і туристичного бізнесу та соціокультурної сфери, викладачів, аспірантів, студентів.

Матеріали подано в авторській редакції

ISBN 978-966-602-325-7

© Київський національний університет
культури і мистецтв, 2021
© Автори тез, 2021

НАУКОВО-ОРГАНІЗАЦІЙНИЙ КОМІТЕТ
VIII МІЖНАРОДНОЇ НАУКОВО-ПРАКТИЧНОЇ КОНФЕРЕНЦІЇ

ГОСТИННІСТЬ, СЕРВІС, ТУРИЗМ:
ДОСВІД, ПРОБЛЕМИ, ІННОВАЦІЇ



Голова комітету:

Поплавський Михайло Михайлович доктор педагогічних наук, професор,
заслужений діяч мистецтв України

Співорганізатори:



Міжнародна Торгівельна Палата ICC Ukraine

Wyższa Szkoła Turystyki i Języków Obcych w Warszawie
(WSTiJO) (Республіка Польща)



EMBASSY OF HUNGARY – HUNGARIAN TOURISM Information Office
(Угорщина)



Wyższa Szkoła Turystyki i Ekologii
(Республіка Польща)

Мережа еко-ресторанів «Батьківська хата»



Асоціація кулінарів України



Асоціація сомельє України



*.Сім'я ресторанів.
Дмитра Борисова*



BUSINESS & RELAX HOTEL

Сім'я ресторанів Дмитра Борисова

ЧЛЕНИ КОМІТЕТУ

**Комарніцький
Ігор Олегович**

декан Факультету готельно-ресторанного і туристичного бізнесу Київського національного університету культури і мистецтв, кандидат культурології, доцент

**Русавська
Валентина Андріївна**

кандидат історичних наук, професор, Заслужений працівник культури України, завідувач кафедри готельно-ресторанного і туристичного бізнесу Київського національного університету культури і мистецтв

**Антоненко
Володимир Степанович**

доктор географічних наук, професор, завідувач кафедри міжнародного туризму Київського університету культури

Jozef Zatzko

Dr.h.c. mult. JUDr Honor. Prof. mult. prorektor pre medzinarodne vzťahy Slovensko, Wyższa szkoła komunikacji i zarządzania (Словацька Республіка)

**Карягін
Юрій Олегович**

професор Вищої школи туризму та іноземних мов Wyższa Szkoła Turystyki i Języków Obcych w Warszawie (WSTiJO), doctor habilitatus, голова міжгалузевої профспілки українських працівників у Польщі (Республіка Польща)

**Плецан
Христина Василівна**

кандидат наук з державного управління, доцент, доцент Науково-дослідного інституту Київського національного університету культури і мистецтв

Секція 4. СУЧАСНІ ПРОБЛЕМИ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ІНДУСТРІЇ ГОСТИННОСТІ

Русавська В.А., Таран М.	<i>Управління якістю продукції та послуг як інструмент для успішного вирішення проблем конкурентоспроможності в ресторанному бізнесі</i>	285
Антоненко А.В., Дзюндзя О.В.	<i>Кейтеринг – «еволюція» ресторанного бізнесу</i>	290
Булгакова Н.В., Міронов В.В., Дроздик О.	<i>Сучасні проблеми конкурентоспроможності індустрії гостинності</i>	293
Верезомська І.Г., Штанько О.	<i>Підвищення якості послуг в закладах гостинності як шлях до вирішення проблем конкурентоспроможності</i>	296
Веценура Н.В.	<i>Теоретичні аспекти оцінки конкурентоспроможності підприємств індустрії гостинності</i>	298
Ворошилова Г.О., Калитв'янська К.	<i>Теоретичні підходи щодо стратегічного управління конкурентоспроможністю підприємства ресторанного бізнесу</i>	302
Ворошилова Г.О., Хоменко Д.	<i>Сучасні маркетингові технології в ресторанному бізнесі</i>	305
Ворошилова Г.О., Павлюк Д.	<i>Маркетингові тренди в готельному бізнесі</i>	308
Владимир О.М.	<i>Основні тенденції розвитку підприємств готельно-ресторанного бізнесу та сфери туризму у 2019-2021 роках</i>	311
Hihov Borislav	<i>The state and trends of the formation of a competitive expert in the search for a new paradigm in the field of tourism in Bulgaria</i>	315
Ганич Н.М., Гаталяк О.М.	<i>Тенденції розвитку індустрії гостинності в конкурентному середовищі</i>	317
Завадинська О.Ю., Дубчак Є.	<i>Вплив пандемії коронавірусу на послуги індустрії гостинності і проблеми їх якості</i>	320

- низька вартість розміщення в них реклами;
- широкий вибір різних способів комунікації, в тому числі можливість прихованої реклами, PR;
- таргетинг: можливість показу рекламних повідомлень саме своєї цільової аудиторії;
- швидка реакція на рекламу готельних послуг;
- можливість істотного розширення цільової аудиторії за допомогою відсутності прив'язки до місцевості.

Таким чином, розробка маркетингової стратегії готелю повинна включати в себе розвиток та просування за рахунок соціальних мереж, як ефективного інструменту комунікації готельних послуг. В умовах економічної кризи, коли готелям доводиться шукати додаткові можливості, саме соціальні мережі та інші маркетингові інструменти можуть не тільки заощадити їх грошові кошти, а й залучити нових клієнтів, що позитивно позначиться на збільшенні прибутку.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Дані отримані у відповідь на запит на публічну інформацію ДПСУ [Електронний ресурс] / Коронавірус і міграція: як реагував уряд – Режим доступу: <https://cedos.org.ua/uk/articles/koronavirus-i-mihratsiia-iaak-diiav-uriad> . — Назва з екрану.
2. Опитування готельєрів, Colliers International спільно з Vertex Hotel Group в березні 2020 року. [Електронний ресурс] / Результати опитування щодо впливу Covid-19 на сектор послуг тимчасового розміщення – Режим доступу: <https://www.colliers.com/uk-ua/research/2020-03-25-hotels-survey-colliers-international-2020> . — Назва з екрану.
3. Європейський Союз підтримує українські підприємства в межах ініціативи EU4Business. [Електронний ресурс] / Режим доступу: <https://eu4business.org.ua>. – Назва з екрану.

*Владимир О.М., кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри управління інноваційною
діяльністю та сферою послуг,
Тернопільський національний технічний
університет імені Івана Пулюя,
Тернопіль, Україна*

ОСНОВНІ ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ ТА СФЕРИ ТУРИЗМУ У 2019-2021 РОКАХ

Розвиток підприємств готельно-ресторанного бізнесу та сфери туризму у 2020 році стикнувся з новими викликами, зумовленими масштабним поширенням захворюваності вірусом COVID-19. Оскільки туризм та готельно-ресторанна справа належать до сфери послуг і діяльність у даній площині нерозривно пов'язана із тісними контактами та інтенсивними людськими

ГОСТИННІСТЬ, СЕРВІС, ТУРИЗМ: ДОСВІД, ПРОБЛЕМИ, ІННОВАЦІЇ

потоками, то розвивати її у нових реаліях вдалось вкрай важко. Про що свідчить й основні статистичні показники. У 2020 році обсяг надходжень від тимчасового розміщування й організації харчування в межах країни склав майже практично половину від аналогічних надходжень у 2019 році, а саме 17776248,6 тис. грн проти 33427082,8 тис. грн. відповідно (рис. 1).

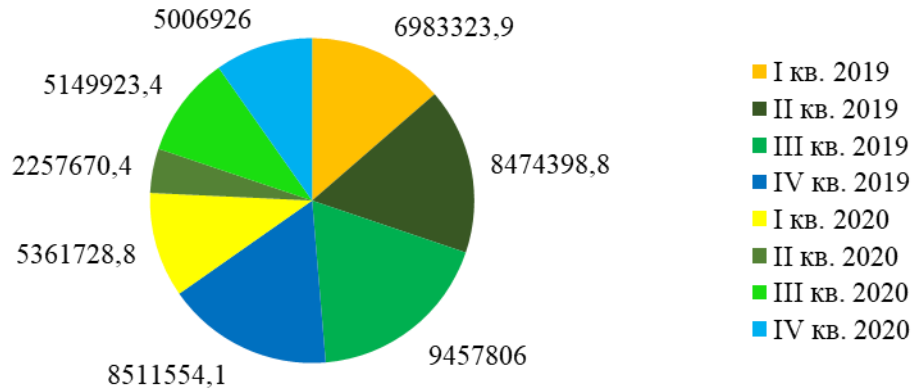


Рис. 1. Обсяг надходжень від реалізації послуг підприємствами готельно-ресторанної справи у 2019-2020 рр, тис.грн.

Найбільше скорочення відбулося у другому кварталі 2020 року, зумовлене введенням у дію карантинних обмежень, хоча тенденція до скорочення спостерігалася ще у першому кварталі, порівняно із попередніми кварталами 2019 року (рис. 2.). У другому півріччі готельно-ресторанним закладам вдалось досягнути рівня надходжень відповідних першому кварталу.

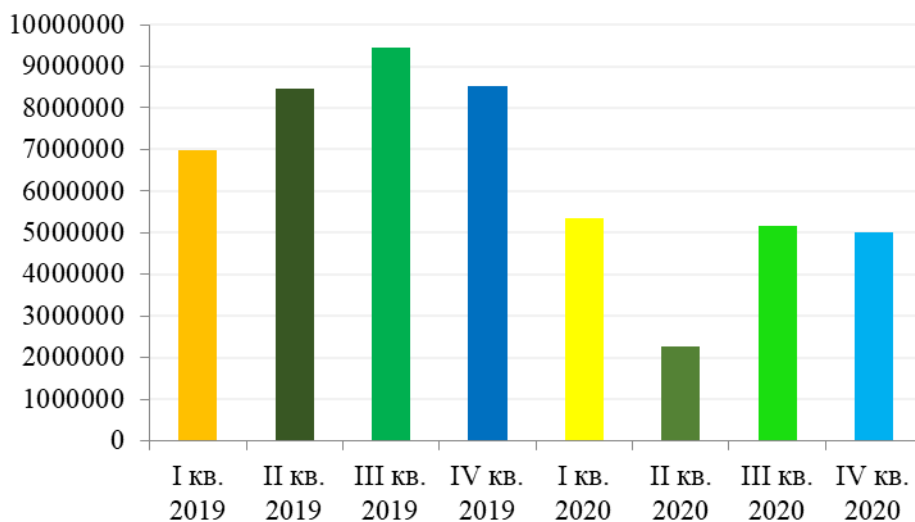


Рис. 2. Динаміка надходжень від реалізації послуг підприємствами готельно-ресторанної справи у 2019-2020 рр, тис. грн.

Передусім зростанню надходжень сприяло певне переналаштування і зміна орієнтирів у структурі послуг, пропонованих готельно-ресторанними закладами. Якщо аналізувати у розрізі основних напрямів діяльності даних закладів, то нарощенню надходжень, передусім ресторанів та закладів харчування, сприяв розвиток послуг мобільного харчування та постачання

ГОСТИННІСТЬ, СЕРВІС, ТУРИЗМ: ДОСВІД, ПРОБЛЕМИ, ІННОВАЦІЇ

готових страв(рис. 3). Якщо на тлі карантинних обмежень більшість послуг у закладах громадського харчування зазнало скорочення, то послуга постачання готових страв показала незначний приріст – із 1004351,3 тис. грн. у IV кварталі 2019 року до 1008699,1 тис. грн. у IV кварталі 2020 року.

Що ж стосується безпосередньо готельних комплексів, то показники їх діяльності зазнали значного скорочення. Зменшилися обсяги надходжень від тимчасового розміщення у готелях та подібних до них закладах, розміщування на період відпустки та іншого тимчасового проживання. Як і в попередні роки, так і в 2020 році незначні обсяги надходжень забезпечували такі послуги як надання місць кемпінгами та стоянками для житлових автофургонів і причепів та діяльність інших засобів тимчасового розміщування – 16894,1 тис. грн. у IV кварталі 2019 року та 16330,6 тис. грн. у IV кварталі 2020 року.

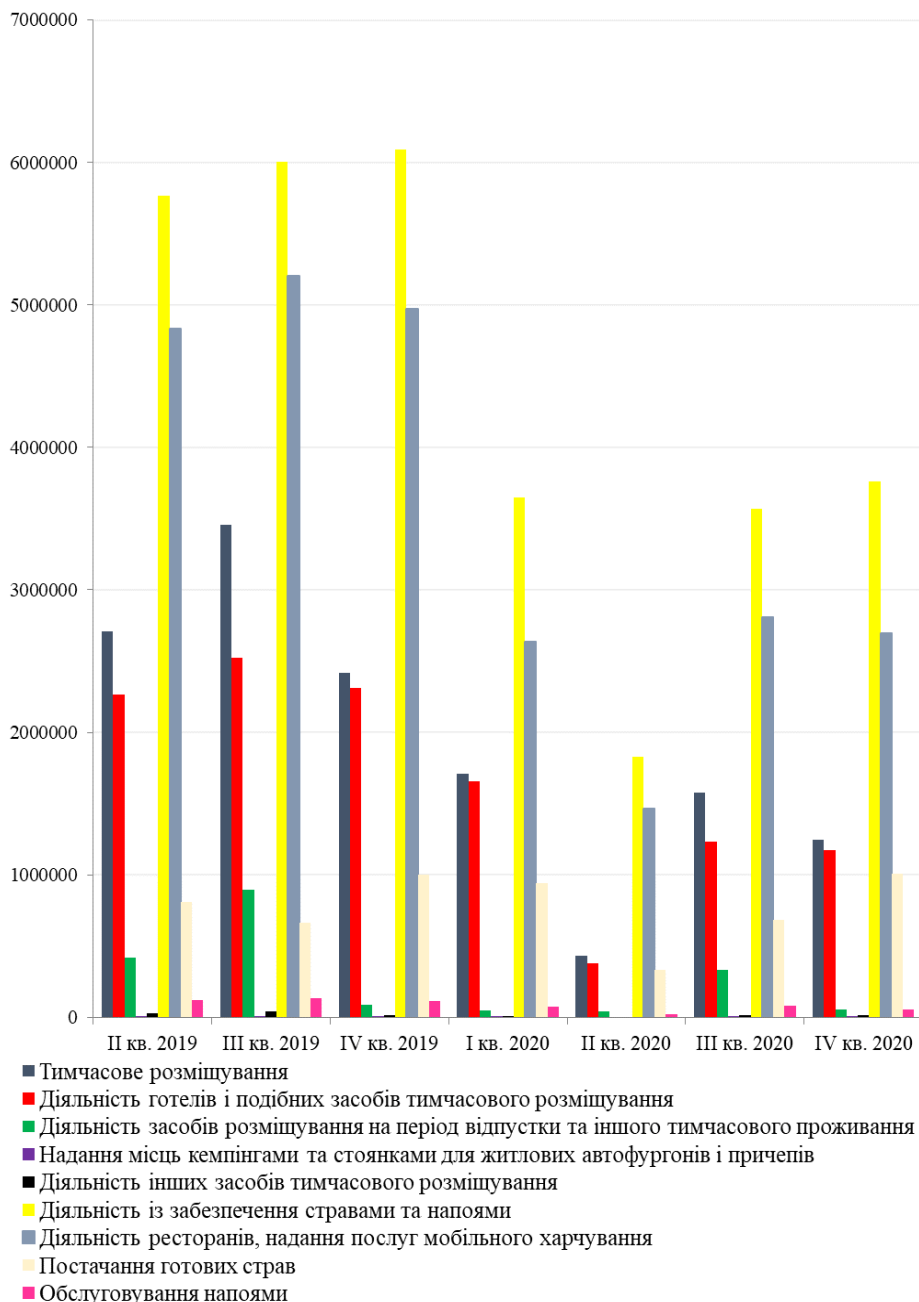
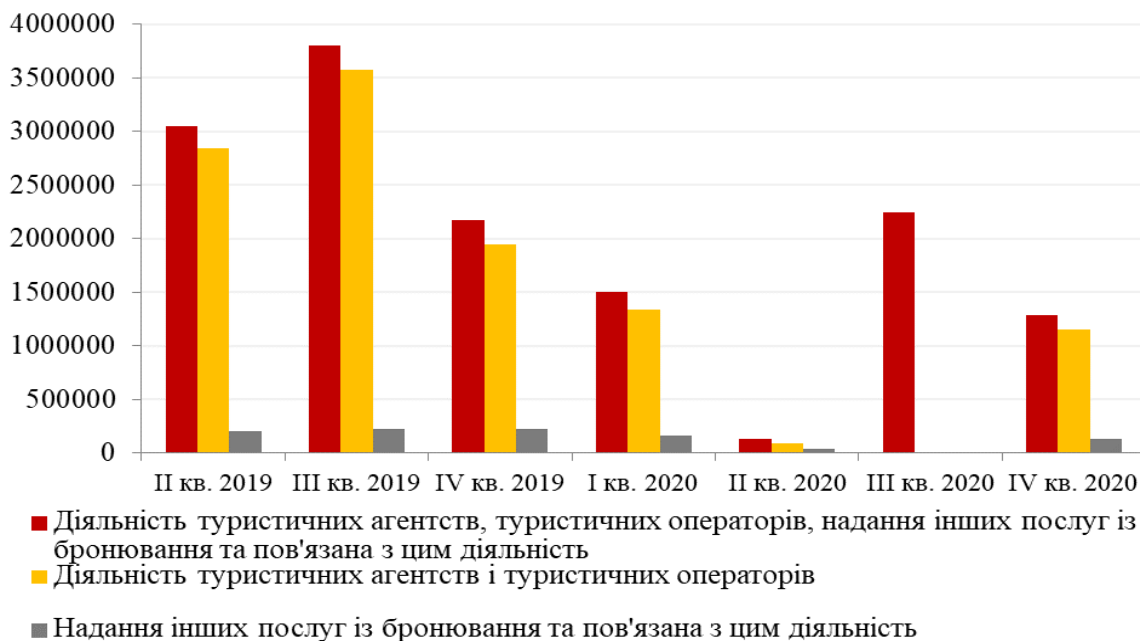


Рис. 3. Обсяг та структура реалізованих послуг підприємствами готельно-ресторанної справи за основними напрямками діяльності 2019-2020 рр, тис.грн.

ГОСТИННІСТЬ, СЕРВІС, ТУРИЗМ: ДОСВІД, ПРОБЛЕМИ, ІННОВАЦІЇ

З одного боку, це свідчить про незначний попит на дані послуги порівняно із іншими, пропонованими закладами готельного типу у попередні періоди. Однак, з іншого боку, дані показники слід врахувати у подальших маркетингових заходах щодо популяризації такого виду відпочинку та подорожей, який може виявитися більш доступним та привабливим, особливо за умов карантинних обмежень щодо традиційного розміщення проживаючих у готельних комплексах закритого типу. Активний відпочинок і проживання на відкритому повітрі з мінімальною кількістю контактів може виявитися хорошою та перспективною альтернативою. Адже карантинні обмеження призвели до ще більших скорочень надходжень у сфері туризму, аніж у готельно-ресторанній діяльності. Значно скоротилися надходження від діяльності туристичних агентств та туристичних операторів, зокрема це пов'язано з жорсткими обмеженнями щодо міжнародного переміщення, які були введені в дію у II кварталі 2020 року (рис. 4).



детальні дані про діяльність туристичних агентств і туристичних операторів у III кв. 2020 не оприлюднюються з метою забезпечення виконання вимог Закону України «Про державну статистику» щодо конфіденційності інформації.

Рис. 4. Обсяг реалізованих послуг підприємствами сфери туризму, 2019-2020 рр, тис.грн.

У четвертому кварталі 2020 року надходження туристичних агентств та туристичних операторів від усіх видів діяльності, в тому числі від надання інших послуг із бронювання та пов'язаної з цим діяльності склали 1289422,0 тис. грн., тоді як за цей же період 2019 року вони становили 2173297,9 тис. грн.

Як засвідчили статистичні дані підприємства громадського харчування виявилися більш гнучкими щодо підлаштування до змін умов функціонування у зовнішньому середовищі, аніж підприємства готельного бізнесу та сфери туризму, проте усі вони зазнали значного скорочення надходжень від своєї діяльності. Це зумовлено певною специфікою послуг, які надають ресторани

комплекси та інші заклади громадського харчування, та готельні комплекси, які обслуговують туристів та подорожуючих, відповідно, їх обслуговування може вимагати більш тривалого часу та тіснішого контакту між працівниками та відвідувачами. Відповідно, з метою кращого пристосування до тих умов діяльності, які склалися у світі та Україні у готельному та ресторанному бізнесі необхідно вдатись до впровадження трансформацій як у формі обслуговування своїх клієнтів, шляхом мінімізації контактів та автоматизації і дистанціації прийняття замовлень та надання послуг, так і у формі, тобто дизайні тих просторів та приміщень, де перебуватимуть подорожуючі. Зокрема, можна вдатись до облаштування приміщень та зон для відпочинку шляхом розвитку сучасних форм кемпінгу, одним із яких є глемпінг. З одного боку, ще дозволить розширити асортимент послуг готельного бізнесу, забезпечить йому можливість гнучкого пристосування до змін функціонування у зовнішньому середовищі, а з іншого, сприятиме розвитку культури туризму, розширенню можливостей подорожувати рідною країною, пізнанню національного природного ландшафту, що позитивно впливатиме як на фінансові результати готельного та туристичного бізнесу, так і на здоров'я відпочиваючих.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Обсяг реалізованих послуг за регіонами за видами економічної діяльності <http://www.ukrstat.gov.ua/>

*Hihov Borislav,
director of tourist enterprise «Balkans Jobs Ltd»
Sofia, Bulgaria*

THE STATE AND TRENDS OF THE FORMATION OF A COMPETITIVE EXPERT IN THE SEARCH FOR A NEW PARADIGM IN THE FIELD OF TOURISM IN BULGARIA

In a modern market economy, recreational resources, capital, innovative technologies and the most important personnel potential are needed for successful development of the sphere of tourism. As noted by scientists, «... talented, skilled, experienced professionals is not only a resource that allows to effectively achieve the goals, but also a source of competitive advantage». The concept of personnel potential should be considered in the context with the notion of «potential» in general. In this case, personnel potential is the possibilities of a certain category of personnel, specialists, other groups of employees who may be performed in the process of labor activity in accordance with the official duties and strategic goals of the tourist enterprise at the present stage of development.

The analysis of scientific and practical literature enables competitiveness to determine as a set of internal needs, opportunities, means, value of specialists in tourism, which contribute to the achievement of such a level of integration of