

Львівський державний університет фізичної культури імені Івана Боберського



WYŻSZA SZKOŁA
NAUK O ZDROWIU



ІННОВАЦІЇ, ГОСТИННІСТЬ, ТУРИЗМ: НАУКА, ОСВІТА, ПРАКТИКА

*Збірник тез доповідей
IV Всеукраїнської
науково-практичної конференції
молодих учених
з міжнародною участю
(30 травня 2024 року, м. Львів)*

м. Львів

30 травня 2024 року



Рецензенти:

доктор історичних наук, професор

Наталія ЧОРНА

*(Вінницький торговельно-економічний інститут
Державного торговельно-економічного університету)*

доктор педагогічних наук, професор

Мирослава ДАНИЛЕВИЧ

(Львівський державний університет фізичної культури імені Івана Боберського)

Рекомендувала до друку вчена рада

*Львівського державного університету фізичної культури імені Івана Боберського
(протокол № 8 від 13 червня 2024 р.)*

I 66

Інновації, гостинність, туризм: наука, освіта, практика : зб. тез доп.

IV Всеукр. наук.-практ. конф. мол. учених з міжнародною участю (30 травня 2024 року, м. Львів). – Львів : ЛДУФК ім. Івана Боберського, 2024. – 361 с.

У тезах доповідей IV Всеукраїнської науково-практичної конференції молодих учених висвітлено результати досліджень пріоритетів і перспектив розвитку підприємств готельно-ресторанного бізнесу; сучасні тенденції та регіональні пріоритети розвитку туризму в умовах глобалізації; соціально-економічні засади менеджменту та маркетингу індустрії гостинності; актуальні проблеми модернізації готельно-ресторанного господарства.

Матеріали будуть корисними для студентів, викладачів, науковців і працівників індустрії гостинності.

УДК 001.895:338.483.13:392.72(043)

Матеріали публікуються в авторській редакції

© Львівський державний університет

фізичної культури імені Івана Боберського, 2024

Голова оргкомітету

Марія ПАСКА - завідувач кафедри готельно-ресторанного бізнесу Львівського державного університету фізичної культури імені Івана Боберського, м. Львів

Організаційний комітет

Володимир ХОЛЯВКА - декан факультету туризму ЛДУФК ім. Івана Боберського, м. Львів

Роман Шерстюк - проректор з економіки та фінансів Тернопільського національного технічного університету ім. Івана Пулюя, м. Тернопіль

Оксана ДИШКАНТЮК - декан факультету менеджменту, готельно-ресторанної справи та туризму Міжнародного гуманітарного університету, м. Одеса

Наталія ЧОРНА - завідувач кафедри туризму та готельно-ресторанної справи Вінницького торгово-економічного інституту Державного торговельно-економічного університету, м. Вінниця

Лариса ШАРАН - завідувач кафедри готельно-ресторанної справи Національного університету харчових технологій, м. Київ

Оксана ДАВИДОВА - завідувач кафедри готельного і ресторанного бізнесу Харківського національного економічного університету імені С. Кузнеця, м. Харків

Олеся ПРИС - завідувач кафедри харчових технологій та готельно-ресторанної справи Таврійського державного агротехнологічного університету імені Дмитра Моторного, м. Запоріжжя

Валентина БУРАК - завідувач кафедри готельно-ресторанного та туристичного бізнесу Херсонського державного університету, м. Херсон

Володимир ХУДОБА - в.о. декана факультету післядипломної та заочної освіти ЛДУФК ім. Івана Боберського, м. Львів

Наталія ПАВЛЕНЧИК - завідувач кафедри економіки та менеджменту ЛДУФК ім. Івана Боберського, м. Львів

Мирослава ДАНИЛЕВИЧ - в.о. завідувач кафедри туризму ЛДУФК ім. Івана Боберського, м. Львів

Роман СКАБАРА - в.о. завідувач кафедри спортивного туризму ЛДУФК ім. Івана Боберського, м. Львів

Андрій ГОЛОД - професор кафедри туризму ЛДУФК ім. Івана Боберського, м. Львів

Орислава ГРАФСЬКА - доцент кафедри готельно-ресторанного бізнесу ЛДУФК ім. Івана Боберського, м. Львів

Наталія ПЕТРИШИН - доцент кафедри готельно-ресторанного бізнесу ЛДУФК ім. Івана Боберського, м. Львів

Ольга ТЕСЛЯ - доцент кафедри готельно-ресторанного бізнесу ЛДУФК ім. Івана Боберського, м. Львів

Мар'яна НАЗАР - доцент кафедри готельно-ресторанного бізнесу ЛДУФК ім. Івана Боберського, м. Львів

Координатор конференції

Уляна ГУЗАР - доцент кафедри готельно-ресторанного бізнесу ЛДУФК ім. Івана Боберського, м. Львів

І секція

<i>СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ІНДУСТРІЇ ГОСТИННОСТІ</i>	16
Klaudia Biskup KOLAGEN I ELASTYNA JAKO BIAŁKA MŁODOŚCI - JAK ZATRZYMAĆ CZAS?	17
Тетяна Андрійчук, Ольга Владимир ВПЛИВ ІМІДЖУ НА ОСОБЛИВОСТІ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА СФЕРИ ГОСТИННОСТІ	20
Андрій Бурдаш, Роман Скабара ОСНОВНІ ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА ЛЬВІВСЬКОЇ ОБЛАСТІ НА ПОЧАТКУ XXI СТОЛІТТЯ	23
Вікторія Васільсва, Тетяна Сильчук ІННОВАЦІЙНІ ПІДХОДИ ОРГАНІЗАЦІЇ СПОЖИВАННЯ РЕСТОРАННОЇ ПРОДУКЦІЇ	26
Назар Гарасимчук АНАЛІЗ СУЧАСНОГО РИНКУ РОЗВИТКУ МІЖНАРОДНИХ ІНВЕСТИЦІЙ В СФЕРІ ГОСТИННОСТІ	29
Оксана Давидова, Оксана Голубнича СУЧАСНІ ТРЕНДИ РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ ТА ГОТЕЛЬНО- РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ ТА СВІТІ	31
Анеля Запольська, Андрій Запісоцький, Орислава Графська АНАЛІЗ ВЗАЄМОЗВ'ЯЗКУ КОЛЬОРІВ ДЛЯ ІНТЕР'ЄРУ ПІДПРИЄМСТВ ГОТЕЛЬНОГО ГОСПОДАРСТВА	36
Оксана Давидова, Єлизавета Сафонова ПЕРСПЕКТИВИ ВІДНОВЛЕННЯ ФУНКЦІОНУВАННЯ ПІДПРИЄМСТВ СФЕРИ ГОСТИННОСТІ В УКРАЇНІ	39
Лідія Заремба, Роман Клос, Уляна Гузар СУЧАСНІ ТЕХНОЛОГІЇ ЗАСТОСУВАННЯ ШТУЧНОГО ІНТЕЛЕКТУ У ДІЯЛЬНОСТІ ЗАКЛАДІВ ІНДУСТРІЇ ГОСТИННОСТІ	43

Оксана Давидова НАПРЯМИ СТИМУЛЮВАННЯ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА	46
Любомир–Роман Камінський, Станіслав Капацина ЗАРУБІЖНИЙ ДОСВІД ФОРМУВАННЯ ЦІНОВОЇ ПРОПОЗИЦІЇ В ПІДПРИЄМСТВАХ ІНДУСТРІЇ ГОСТИННОСТІ	49
Світлана Королик, Ольга Владимир ПІДПРИЄМСТВА МЕРЕЖЕВОГО ГОТЕЛЬНОГО ГОСПОДАРСТВА: НОВІ ВИКЛИКИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ	52
Неля Кубло, Лариса Кашавцева, Богдан Михайлов ШЛЯХИ ПРОСУВАННЯ РЕСТОРАННОГО ПРОДУКТУ З ВИКОРИСТАННЯМ SMM НА ПРИКЛАДІ РЕСТОРАНУ «ALTBIER» У МІСТІ ХАРКОВІ	55
Анна Лебедева, Наталія Черевична СУЧАСНИЙ СТАН РИНКУ ПОСЛУГ ГОТЕЛЬНО- РЕСТОРАННОЇ СФЕРИ	61
Соломія-Марія Левків, Марія Паска КОНЦЕПТУАЛЬНІ ЗАСАДИ РОЗВИТКУ НОВИХ ФОРМАТІВ ЗАКЛАДІВ РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА НА ПРИКЛАДІ «ВИНО І М'ЯСО»	64
Уляна Мальчин, Роман Боднар, Орислава Графська АНАЛІЗ ПРОЦЕДУРИ ОРГАНІЗАЦІЇ УРОЧИСТОСТЕЙ ТА БАНКЕТІВ В ПІДПРИЄМСТВАХ ГОТЕЛЬНОГО ГОСПОДАРСТВА	67
Дмитро Марчук, Софія Качала ОСНОВНІ ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ ГОТЕЛЬНО- РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ НА ПРИКАРПАТТІ	70
Тетяна Москвяк, Уляна Гузар CHILD FRIENDLY ЗАКЛАДИ ЯК НОВИЙ ТРЕНД ІНДУСТРІЇ ГОСТИННОСТІ	73
Галина Островська ОСОБЛИВОСТІ КРЕАТИВНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ ПІДПРИЄМСТВ СФЕРИ ПОСЛУГ	76

Тетяна Андрійчук

студентка

спеціальності «Готельно-ресторанна справа»

Науковий керівник: Ольга Владимир

канд. екон. наук, доцент,

доцент кафедри управління інноваційною діяльністю

та сферою послуг

Тернопільський національний технічний університет

імені Івана Пулюя

ВПЛИВ ІМІДЖУ НА ОСОБЛИВОСТІ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА СФЕРИ ГОСТИННОСТІ

У конкурентній ринковій економіці питання іміджу підприємства сфери гостинності стає особливо актуальним. Кожна організація функціонує в економічному середовищі з певними моральними устоями, принципами та культурою. Тому підприємці та менеджери повинні будувати стосунки з підлеглими і партнерами на основі етичних норм.

Сильний імідж є важливою умовою для досягнення підприємством стабільного і тривалого успіху. В сучасній ринковій системі існування підприємства сфери гостинності визначається не лише його діяльністю, але й тим, що про нього думають інші. Тому створення іміджу завжди було одним з головних завдань бізнесменів усього світу – прагнення до престижу в діловому середовищі, популярності серед споживачів, доброї репутації серед партнерів та клієнтів, авторитету в очах власних працівників. Те, що думають люди про підприємство сфери гостинності, значною мірою визначає його конкурентоспроможність [1,2].

Імідж, як соціально-психологічний феномен, впливає на життя будь-якого підприємства (рис.1). Імідж є однією з форм прояву корпоративної культури. Поняття «імідж» було введено

американським економістом К. Болдингом у 1961 році [3].

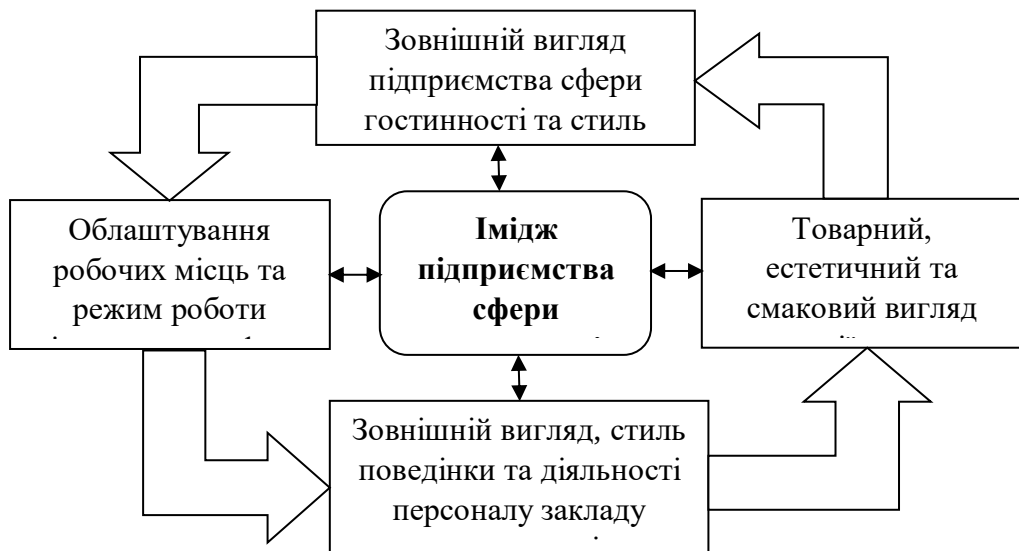


Рис. 1. Структура іміджу підприємства сфери гостинності [3]

Основу іміджу складають:

- 1) стиль внутрішніх та зовнішніх ділових і міжособистісних відносин персоналу;
- 2) офіційні атрибути: назва організації, емблема, товарний знак;
- 3) надійність;
- 4) порядність;
- 5) гнучкість;
- 6) культура;
- 7) соціальна відповідальність [4].

Сьогодні імідж є однією з ключових характеристик підприємства, важливим фактором довіри до нього та його продукції та послуг, що, в свою чергу, сприяє успіху підприємства. Основна мета створення іміджу полягає не в здобутті популярності, а у формуванні позитивного ставлення до підприємства.

Імідж є динамічним і може змінюватися під впливом обставин і нової інформації. Він створюється цілеспрямованими зусиллями та

залежить від кожного працівника підприємства.

Слід розуміти, що імідж є:

- соціальним явищем, адже він не існує лише на рівні окремої особи, тобто об'єкт повинен бути відомий певній групі людей (споживачам, клієнтам тощо), а також має бути важливим для членів цієї групи, викликати інтерес і привертати увагу;
- динамічним, оскільки його атрибути змінюються відповідно до змін у самому носії або у груповій свідомості;
- активним за своєю природою – може впливати на свідомість, емоції, діяльність і вчинки як окремих людей, так і цілих груп населення [5].

Отож, імідж підприємства – це сукупність суспільного сприйняття компанії багатьма людьми. Думка про підприємство формується через особисті контакти з ним, на основі пліток у суспільстві та повідомлень у засобах масової інформації.

Ключові слова: імідж, підприємство сфери гостинності, соціально-психологічний феномен, популярність, конкурентоспроможність.

Список використаних джерел:

1. Владимир О. Суспільні виклики та соціальна відповідальність бізнесу у час війни / Владимир О., Бажанова Н. // Соціально-економічні проблеми і держава. – 2022. – Вип. 2 (27). – С. 45–62.
2. Владимир О. Чесний бізнес в Україні: необхідна об'єктивність та передумови введення / Владимир О. // Вісник Тернопільського національного економічного університету. – 2014. – № 1. – С. 71–80.
3. Химич І. Г. Імідж як важливий показник діяльності підприємства у сучасних умовах розвитку корпоративної культури / Химич І. Г. // Економіка та держава. – 2009. – № 9. – С. 59–61.
4. Владимир О. М. Бізнес-культура сфери міжнародного туризму та готельно-ресторанної справи / Владимир О. М. // Феномен культури пост глобалізму: зб. матеріалів І Міжнар. наук.-практ. конф., м. Маріуполь, 27 листопада 2020 р. – Маріуполь: МДУ, 2020. – Ч. 1. – С. 39–43.
5. Семенчук Т. Б. Формування іміджу підприємства / Семенчук Т. Б., Басараб Н. А. // Економіка і суспільство. – 2016. – Вип. 7. – С. 473–477.

Наукове видання

**ІННОВАЦІЇ, ГОСТИННІСТЬ, ТУРИЗМ:
НАУКА, ОСВІТА, ПРАКТИКА**

*Збірник тез доповідей
IV Всеукраїнської науково-практичної конференції
молодих учених
з міжнародною участю
(30 травня 2024 року, м. Львів)*

Відповідальна за випуск

Марія Паска

Матеріали публікуються в авторській редакції
Комп'ютерне верстання, дизайн

Уляна Гузар

Зореслав Романів

**Львівський державний університет фізичної
культури імені Івана Боберського**

79007, м. Львів, вул. Костюшка, 11
тел. +38 (067) 3026120
<http://www.ldufk.edu.ua/>
e-mail: maria_pas@ldufk.edu.ua

ЛЬВІВ – 2024