

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ БІОРЕСУРСІВ І
ПРИРОДОКОРИСТУВАННЯ УКРАЇНИ
ЗАХІДНОЧЕШСЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ, ЧЕХІЯ
ВИЩА ШКОЛА БАНКІВСЬКОЇ СПРАВИ В М. ПОЗНАНЬ, ПОЛЬЩА
ДЕРЖАВНЕ АГЕНТСТВО РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ УКРАЇНИ
КИЇВСЬКА ОБЛАСНА ДЕРЖАВНА АДМІНІСТРАЦІЯ
КИЇВСЬКА МІСЬКА ДЕРЖАВНА АДМІНІСТРАЦІЯ
АСОЦІАЦІЯ ІНДУСТРІЇ ГОСТИННОСТІ УКРАЇНИ
СПІЛКА СПРИЯННЯ РОЗВИТКУ СІЛЬСЬКОГО ЗЕЛЕНОГО
ТУРИЗМУ УКРАЇНИ**



**ТЕЗИ ДОПОВІДЕЙ
I-ОЇ МІЖНАРОДНОЇ НАУКОВО-ПРАКТИЧНОЇ КОНФЕРЕНЦІЇ
*«ГОСТИННІСТЬ І ТУРИЗМ МАЙБУТНЬОГО: НАУКОВІ ТА
ПРАКТИЧНІ ГОРИЗОНТИ»***

**ABSTRACTS OF REPORTS
I INTERNATIONAL SCIENTIFIC-PRACTICAL CONFERENCE
*"HOSPITALITY AND TOURISM OF THE FUTURE: SCIENTIFIC AND
PRACTICAL HORIZONS"***

17– 18 травня 2022р.

Київ - 2022

Гостинність і туризм майбутнього: наукові та практичні горизонти: збірник тез доповідей I-ої міжнародної науково-практичної конференції (17-18 травня 2022 р.). Київ: НУБіП України. 2022. 295 с.

Редакційна колегія:

Левицька І.В. – в.о. завідувача кафедри готельно-ресторанної справи та туризму, НУБіП України, доктор економічних наук, професор (відповідальний редактор);

Бандура В.М. – професор кафедри готельно-ресторанної справи та туризму, НУБіП України, доктор технічних наук, професор (заступник відповідального редактора);

Мосіюк С.І. – доцент кафедри готельно-ресторанної справи та туризму, НУБіП України, кандидат економічних наук, доцент.

У збірнику тез доповідей висвітлюються результати наукових досліджень з питань туризму, економіки, фінансів, безпеки і страхування, обліку та оподаткування, логістики, маркетингу, менеджменту, готельно-ресторанного бізнесу, інформаційно-консультаційної діяльності, енергоефективності тощо.

Видання розраховане для студентів бакалаврату та магістратури, аспірантів, докторантів, дослідників, викладачів, суб'єктів підприємницької діяльності.

Матеріали друкуються в авторській редакції. Відповідальність за зміст і достовірність тез доповідей несуть автори. Точки зору авторів публікацій можуть не співпадати з точкою зору редколегії збірника.

ЗМІСТ

СЕКЦІЯ 1. ТRENДИ ГЛОБАЛЬНОГО, НАЦІОНАЛЬНОГО ТА РЕГІОНАЛЬНОГО РОЗВИТКУ СФЕРИ ГОСТИННОСТІ: ЕКОНОМІКА, ФІНАНСИ, БЕЗПЕКА І СТРАХУВАННЯ, ЛОГІСТИКА

1. *Антоненко І.Я., Мельник І.Л., Примак Т.Ю.* ФАКТОРИ ВПЛИВУ ВІЙНИ В УКРАЇНІ НА ВІДНОВЛЕННЯ СВІТОВОГО ТУРИЗМУ 9
2. *Бардаш С.В.* НЕДОЛІКИ ТЕОРІЇ ТУРИСТИЧНОЇ РЕНТИ ТА НАПРЯМКИ ЇХ УСУНЕННЯ 11
3. *Левицька І.В., Бордюжан Т.Ю.* ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ НАУКОВОГО ТУРИЗМУ 13
4. *Бриль Р. А.* ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ АСПЕКТИ МЕГА-ІВЕНТІВ 17
5. *Верета Є. В.* СЕРВІСНЕ УПРАВЛІННЯ МІЖНАРОДНОГО ТУРИСТИЧНОГО ОПЕРАТОРА ANEX TOUR 18
6. *Годованюк А.В., Гончарук К.В.* МОДИФІКАЦІЯ ІНДУСТРІЇ ГОСТИННОСТІ 20
7. *Гопкало Л.М., Бовши Л.А.* ВОЛОНТЕРСЬКИЙ ТУРИЗМ – БІЗНЕС НАПРЯМ СЬОГОДЕННЯ 22
8. *Григорович В.С.* АНАЛІЗ ТУРИСТИЧНОГО ПОТЕНЦІАЛУ КИЇВСЬКОЇ ОБЛАСТІ 23
9. *Доценко К.В.* ДОСЛІДЖЕННЯ АНІМАЦІЙНИХ ПОСЛУГ У ГОТЕЛЯХ ОДЕСЬКОЇ ОБЛАСТІ ЗА КАТЕГОРІЯМИ 26
10. *Дубінська Г.О.* СУЧАСНІ ВИМОГИ ДО ІНЖИНІРИНГУ МЕНЮ: ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ 29
11. *Євченко Т.І.* ХАРАКТЕРИСТИКА МОДЕЛЕЙ ФІНАНСОВОГО РИНКУ 32
12. *Жук К.Ю.* МІЖНАРОДНИЙ ФІНАНСОВИЙ МЕНЕДЖМЕНТ ЗА УМОВ ПАНДЕМІЧНОЇ КРИЗИ ТУРИСТИЧНОГО РИНКУ 35
13. *Коротасва Я.К.* СТРАТЕГІЧНІ НАПРЯМИ СТАЛОГО РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ У КИЇВСЬКІЙ ОБЛАСТІ 37
14. *Кудінова І.П.* ВІЙСЬКОВИЙ ТУРИЗМ В УКРАЇНІ ЯК ІННОВАЦІЙНИЙ НАПРЯМОК РОЗВИТКУ 40
15. *Левицька І.В.* ФОРМУВАННЯ КОРПОРАТИВНОЇ КУЛЬТУРИ В РЕСТОРАННОМУ БІЗНЕСІ 41
16. *Літвінов В.І., Луговий Б.В.* ФОРМУВАННЯ ДОХОДІВ ТУРИСТИЧНИХ ПІДПРИЄМСТВ 45
17. *Локутова О.А., Яковенко В.Г.* АГРОТУРИСТИЧНІ КЛАСТЕРИ ЯК СКЛАДОВА НАЦІОНАЛЬНОГО РОЗВИТКУ СФЕРИ ГОСТИННОСТІ 46
18. *Майданюк О.В.* ЗНАЧЕННЯ МІСЦЕВИХ БЮДЖЕТІВ У ЗАБЕЗПЕЧЕННІ РОЗВИТКУ РЕГІОНІВ 49
19. *Маковська Т.П.* РОЗВИТОК ВНУТРІШНЬОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ 55
20. *Малюга Л.М.* КОНКУРЕНТНА СПРОМОЖНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВ ГОТЕЛЬНОГО ГОСПОДАРСТВА 57
21. *Марченко Ю.Г.* ЕФЕКТИВНА ПОЛІТИКА РЕСУРСОЗБЕРЕЖЕННЯ ТУРИСТИЧНОГО ПІДПРИЄМСТВА 59
22. *Матковський Б.Р.* ІМІДЖ ТУРИСТИЧНОГО ПІДПРИЄМСТВА: ОСНОВНІ АСПЕКТИ 61
23. *Мельник А.В.* ЛОГІСТИКА В ТУРИСТИЧНІЙ ДІЯЛЬНОСТІ 63
24. *Левицька І.В., Нечипоренко А.О.* ФОРМУВАННЯ ТА РОЗВИТОК ПОДІЄВОГО ТУРИЗМУ 64
25. *Постова В.В.* ВИКОРИСТАННЯ КРЕАТИВНИХ ТЕХНОЛОГІЙ В РЕСТОРАННОМУ БІЗНЕСІ В ПЕРІОД НЕВИЗНАЧЕНОСТІ БІЗНЕС- 67

СЕРЕДОВИЩА

26. *Рибалка Д.С.* ОСОБЛИВОСТІ ОРГАНІЗАЦІЇ ОБСЛУГОВУВАННЯ У ГОТЕЛЯХ МІЖНАРОДНОЇ МЕРЕЖІ MARRIOTT INTERNATIONAL 69
27. *Руденко В.В.* ІНВЕСТИЦІЙНИЙ РОЗВИТОК ТУРИЗМУ НА ЗАСАДАХ ДЕРЖАВНО-ПРИВАТНОГО ПАРТНЕРСТВА 70
28. *Самсонова В.В., Шевченко Н.Ю.* АНАЛІЗ РЕКРЕАЦІЙНО-ТУРИСТИЧНОГО ПОТЕНЦІАЛУ СІЛЬСЬКОГО ЗЕЛЕНОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ 73
29. *Selyukh A.* CURRENT TRENDS IN THE DEVELOPMENT OF THE HOSPITALITY DUSTRY IN THE HOTEL AND RESTAURANT BUSINESS 75
30. *Сус Д.П.* ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ОБ'ЄКТІВ ІНДУСТРІЇ РОЗВАГ У ТУРИЗМІ 77
31. *Топольська О.С.* РОЗВИТОК ІНКЛЮЗИВНОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ 78
32. *Транченко Л.В.* АНАЛІЗ ДИНАМІКИ Й ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ ІНДУСТРІЇ ТУРИЗМУ НА МІЖНАРОДНОМУ РИНКУ 80
33. *Хрещенко О.В.* ІНФОРМАЦІЯ ЯК ОСНОВНИЙ КРИТЕРІЙ ТУРИСТИЧНОГО ІМІДЖУ УКРАЇНИ. 82
34. *Шастун М.В.* РОЗВИТОК АНІМАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В ГОТЕЛЬНОМУ ГОСПОДАРСТВІ НА УКРАЇНСЬКОМУ І СВІТОВОМУ РИНКАХ 83
35. *Шикіна О.В.* АНАЛІЗ СТРАТЕГІЇ НАДАННЯ АНІМАЦІЙНИХ ПОСЛУГ У ОДЕСЬКОЇ ОБЛАСТІ 85
36. *Шкварун Л.І.* ОСОБЛИВОСТІ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ EVENT-ІНДУСТРІЇ У ТУРИСТИЧНІЙ ГАЛУЗІ 88
37. *Шкварун Л.І., Українець І.П.* РОЛЬ АРТ – КУРОРТІВ В ОРГАНІЗАЦІЇ ДОЗВІЛЛЄВИХ ЗАХОДІВ В ГОТЕЛЬНОЇ ІНДУСТРІЇ РОЗВАГ 90
38. *Шута О.В.* КОРПОРАТИВНА СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ ТУРИСТИЧНОГО ПІДПРИЄМСТВА 91

СЕКЦІЯ 2. РЕСТОРАННІ ТЕХНОЛОГІЇ ТА БЕЗПЕКА ХАРЧОВИХ ПРОДУКТІВ

1. *Благополучна А.Г., Ляховська Н.О.* АНТИМІКРОБНЕ ПОКРИТТЯ НА ОСНОВІ ХІТОЗАНУ В ЯКОСТІ БЕЗПЕЧНОГО ЗБЕРІГАННЯ ШВИДКОПСУВНОЇ ЯГІДНОЇ СИРОВИНИ 93
2. *Боднарук О. А., Мороз В.О.* ПЕРСПЕКТИВА ВИКОРИСТАННЯ КІСТОЧКОВИХ ПЛОДІВ ДЛЯ РОЗРОБКИ ФУНКЦІОНАЛЬНИХ ПРОДУКТІВ 96
3. *Боднарук О.А., Василевська А.О.* ВИКОРИСТАННЯ ВИНОГРАДНОГО СОКУ У ФУНКЦІОНАЛЬНИХ ПРОДУКТАХ ХАРЧУВАННЯ 97
4. *Боднарук О.А., Євсюкова Д.М.* ОТРИМАННЯ І ЗАСТОСУВАННЯ АМІЛОЛІТИЧНИХ ФЕРМЕНТІВ 99
5. *Боднарук О.А., Мороз В.О.* АКТУАЛЬНІСТЬ РОЗРОБКИ НОВИХ ВИДІВ СОЄВИХ СОУСІВ ЯК ПРОДУКТІВ ФУНКЦІОНАЛЬНОГО ПРИЗНАЧЕННЯ 100
6. *Боднарук О.А., Орел А.С.* БІОКОНСЕРВАНТИ НА ОСНОВІ КИСЛОМОЛОЧНИХ БАКТЕРІЙ 101
7. *Vitiev I.V.* СУЧАСНІ НАПРЯМКИ РОЗРОБКИ БОРОШНЯНИХ КУЛІНАРНИХ ВИРОБІВ 103
8. *Герасімов Є.Ю.* ТЕХНОЛОГІЯ ОДЕРЖАННЯ ФУНКЦІОНАЛЬНИХ ХЛІББУЛОЧНИХ ТА МАКАРОННИХ ВИРОБІВ 103
9. *Жакун Л.П.* ОСОБЛИВОСТІ ГАСТРОНОМІЧНОГО ТУРИЗМУ ОДЕСЬКОЇ ОБЛАСТІ 106
10. *Клименко Ю.Ю.* ІННОВАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ ВИРОБНИЦТВА 108

КИСЛОМОЛОЧНОГО ПРОДУКТУ		
11.	<i>Ковальова А.Р.</i> СУЧАСНІ ДІЄТИЧНІ ДОБАВКИ	110
12.	<i>Korchagina Yu., Porova S.</i> THE RELEVANCE OF THE QUALITY OF HOTEL AND RESTAURANT SERVICES	112
13.	<i>Ланська В.Д.</i> ПЕРСПЕКТИВИ ВИКОРИСТАННЯ КАРТОПЛЯНОЇ КЛІТКОВИНИ У ТЕХНОЛОГІЯХ БОРОШНЯНИХ БЕЗГЛЮТЕНОВИХ ВИРОБІВ	113
14.	<i>Михалевич А.П., Поліщук Г.Є., Сапіга В.Я., Осьмак Т. Г.</i> ВПРОВАДЖЕННЯ ОСНОВ СИСТЕМИ VASSP У МОЛОКОПЕРЕРОБНИХ ЦЕХАХ РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА	114
15.	<i>Попова С.Ю., Швень А.В.</i> ПЕРСПЕКТИВИ ВИКОРИСТАННЯ КРОХМАЛЕВМІСНОЇ СИРОВИНИ У ТЕХНОЛОГІЯХ ВИРОБНИЦТВА ДРІЖДЖОВИХ ВИРОБІВ	116
16.	<i>Пусікова О. А., Мороз В.О.</i> ІНФОРМАЦІЙНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ДОСЛІДЖЕНЬ З РОЗРОБКИ МОЛОЧНОГО НАПІВФАБРИКАТУ	117
17.	<i>Пусікова О.А., Мороз В. О.</i> ВПЛИВ ЦУКРОЗАМІННИКА – СОРБІТ НА ОРГАНІЗМ ЛЮДИНИ	118
18.	<i>Пусікова О.А., Мороз В.О.</i> УДОСКОНАЛЕННЯ ЯКОСТІ КОНДИТЕРСЬКИХ ВИРОБІВ	119
19.	<i>Терещук Н.В.</i> ХАРАКТЕРИСТИКА ОБЛАДНАННЯ ТА МЕБЛІВ ДЛЯ ТОРГОВИХ ПРИМІЩЕНЬ	121
20.	<i>Фіалковська Л.В.</i> РОЗРОБКА НАПОЇВ З МОЛОЧНОЇ СИРОВАТКИ	123

СЕКЦІЯ 3. СОЦІОКУЛЬТУРНИЙ ВИМІР ТУРИЗМУ ТА РЕАЛІЗАЦІЯ КОНЦЕПЦІЇ СТАЛОГО РОЗВИТКУ

1.	<i>Безрутченко М.А.</i> ХАРАКТЕРИСТИКА ПРИРОДНИХ ЧИННИКІВ РОЗВИТКУ ЕКОЛОГІЧНОГО ТУРИЗМУ В ЗАКАРПАТТІ	125
2.	<i>Gabryjonec Piotr</i> CULTURAL TOURISM IN CREATING THE IMAGE OF A REGION ON SELECTED EXAMPLES	128
3.	<i>Герасимів З.М.</i> ЗАВДАННЯ ТА ПРИНЦИПИ СТАЛОГО РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ	136
4.	<i>Гонтарюк Т.А.</i> РОЗВИТОК ЛІКУВАЛЬНО - ОЗДОРОВЧОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ	137
5.	<i>Городна А.С.</i> КУЛЬТУРНО - ПІЗНАВАЛЬНИЙ ТУРИЗМ В УКРАЇНІ	139
6.	<i>Гурська І.С.</i> РОЗВИТОК ТУРИСТИЧНО-РЕКРЕАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В УКРАЇНІ	140
7.	<i>Демко В.</i> ІННОВАЦІЙНЕ МОДЕЛЮВАННЯ РОЗВИТКУ ВНУТРІШНЬОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ	142
8.	<i>Дранко І. С.</i> ЕКОЛОГІЧНИЙ ТУРИЗМ ЯК ПРІОРИТЕТНИЙ НАПРЯМ СТАЛОГО РОЗВИТКУ	146
9.	<i>Замора О.І.</i> ОЦІНКА СТАНУ РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНОЇ ГАЛУЗІ БЕРЕЖАНЩИНИ	149
10.	<i>Кантур М.Ю.</i> СКЛАДОВІ РЕКРЕАЦІЙНО-ТУРИСТИЧНОГО ПОТЕНЦІАЛУ СІЛЬСЬКИХ ТЕРИТОРІЙ	151
11.	<i>Кудінова І. П., Грищенко О.С.</i> ТУРИСТИЧНО-РЕКРЕАЦІЙНИЙ ПОТЕНЦІАЛ ТА ЙОГО СКЛАДОВІ ЕЛЕМЕНТИ	154
12.	<i>Макарченко А. П.</i> РЕСУРСНИЙ ТУРИСТИЧНИЙ ПОТЕНЦІАЛ УКРАЇНИ	156
13.	<i>Мартинова Н.С.</i> РОЗВИТОК МОЛОДІЖНОГО ТУРИЗМУ ЯК СЕГМЕНТУ СОЦІАЛЬНОГО ТУРИЗМУ В РЕГІОНАХ УКРАЇНИ	158
14.	<i>Moskvichova O.</i> THE IMPORTANCE OF ARCHITECTURE FOR THE DEVELOPMENT OF THE HOSPITALITY INDUSTRY IN THE POSTWAR PERIOD (EXAMPLE OF GREECE)	160

15. *Надкреничний І. В.* РЕАБІЛІТАЦІЙНІ МОЖЛИВОСТІ СІЛЬСЬКОГО 164
ТУРИЗМУ ТА АПІТУРИЗМУ
16. *Соловей І. С.* АНАЛІЗ РОЗВИТКУ ВІЗНОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ 166
17. *Терзі С.М.* НАПРЯМКИ ПОКРАЩЕННЯ РОЗВИТКУ СІЛЬСЬКОГО 169
ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ
18. *Хилюк А.М.* ФОРМУВАННЯ МЕРЕЖІ ТУРИСТИЧНИХ МАРШРУТІВ 171
СІЛЬСЬКОГО ТУРИЗМУ
19. *Цуканова А.О.* КЛАСТЕРИ ТУРИЗМУ ЯК ОДИН З ІНСТРУМЕНТІВ 174
СТАЛОГО СІЛЬСЬКОГО РОЗВИТКУ

СЕКЦІЯ 4. ДОРАДНИЦТВО, ЯК ЕФЕКТИВНИЙ ІНСТРУМЕНТ РОЗВИТКУ СІЛЬСЬКОГО ТУРИЗМУ

1. *Локутова О.А.* PR-КОНСАЛТИНГУ ДЛЯ РОЗВИТКУ СІЛЬСЬКОГО 177
ТУРИЗМУ УКРАЇНИ
2. *Федуняк І.О.* ПРАВОВІ ОСНОВИ РОЗВИТКУ ДОРАДНИЦТВА В УКРАЇНІ 180

СЕКЦІЯ 5. МАРКЕТИНГ ТУРИСТИЧНИХ ДЕСТИНАЦІЙ СВІТОВОГО ТА ВІТЧИЗНЯНОГО ТУРИЗМУ

1. *Андрієнко А.О.* КОНТРОЛЬ ДІЛОВОГО ПАРТНЕРСТВА СУБ'ЄКТІВ 181
ФРАНЧАЙЗИНГОВОЇ ТУРИСТИЧНОЇ МЕРЕЖІ
2. *Боюк О.С.* СУТНІСТЬ МАРКЕТИНГОВИХ КОМУНІКАЦІЙ В ДІЯЛЬНОСТІ 184
ТУРИСТИЧНОГО ПІДПРИЄМСТВА
3. *Гвоздік А.Г.* МАРКЕТИНГ ДЕСТИНАЦІЙ ЯК СУЧАСНИЙ ПІДХІД ДО 188
УПРАВЛІННЯ ТУРИСТИЧНИМ РЕГІОНОМ
4. *Гулова Т.О.* КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВ 191
ТУРИСТИЧНОЇ ІНДУСТРІЇ В УМОВАХ РИНКУ
5. *Климчук А.О.* ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ КОНКУРЕНТОЗДАТНОСТІ ГОТЕЛЬНОГО 194
ПІДПРИЄМСТВА ЗА ДОПОМОГОЮ БЕНЧМАРКЕТИНГУ
6. *Климчук А.О., Тангел Р.М.* РОЛЬ МАРКЕТИНГУ В УПРАВЛІННІ 197
СТРАТЕГІЧНИМИ ЗМІНАМИ ТУРИСТИЧНОГО ПІДПРИЄМСТВА
7. *Мороз В. В.* СКЛАДОВІ ТУРИСТИЧНОГО ПРОДУКТУ ЧЕРНІГІВСЬКОЇ 200
ОБЛАСТІ
8. *Мосіюк С.І.* МЕРЧЕНДАЙЗИНГ ЯК ТЕХНОЛОГІЯ МАРКЕТИНГУ В 202
ТУРИСТИЧНІЙ ІНДУСТРІЇ
9. *Мосіюк С.І., Пшоно М.М.* ОСОБЛИВОСТІ РОЗВИТКУ ФРАНЧАЙЗИНГУ В 204
УКРАЇНІ
10. *Семенюта А.О.* EVENT-МАРКЕТИНГ У ФОРМУВАННІ БРЕНДУ 206
ПІДПРИЄМСТВА НА РИНКУ ТУРИСТИЧНИХ ПОСЛУГ
11. *Устимчук Я.В.* КОРПОРАТИВНИЙ БРЕНДИНГ ЯК ІНСТРУМЕНТ 210
МАРКЕТИНГУ В ТУРИЗМІ
12. *Шестак М.Ю.* ЕФЕКТИВНИЙ ІНСТРУМЕНТ МАРКЕТИНГОВИХ 211
КОМУНІКАЦІЙ ТА БІЗНЕСУ – ІНТЕРНЕТ – РЕКЛАМА
13. *Яковенко В.Г.* СТРАТЕГІЧНЕ МАРКЕТИНГОВЕ ПЛАНУВАННЯ НА 213
ПІДПРИЄМСТВАХ ІНДУСТРІЇ ГОСТИННОСТІ
14. *Яцкевич М.В.* ПОЗИТИВНИЙ ІМІДЖ ДЛЯ ТУРИСТИЧНОГО 215
ПІДПРИЄМСТВА

СЕКЦІЯ 6. МОДЕЛЮВАННЯ МІКРОЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНОГО ТА ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ: МЕНЕДЖМЕНТ, ОБЛІК ТА ОПОДАТКУВАННЯ

1. *Бардаш С.В., Черниш Д.П.* ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ 218
ВНУТРІШНЬОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ

2. *Григорук І.О.* ОСОБЛИВОСТІ УПРАВЛІННЯ ТУРИСТИЧНИМИ ПІДПРИЄМСТВАМИ В УМОВАХ НЕВИЗНАЧЕНОСТІ 221
3. *Климчук А.О.* ЕФЕКТИВНІСТЬ ВИКОРИСТАННЯ ТРУДОВОГО ПОТЕНЦІАЛУ НА ПІДПРИЄМСТВАХ РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ 223
4. *Хоменко О.М.* ПІДБІР ПЕРСОНАЛУ ПІДПРИЄМСТВА ГОТЕЛЬНО - РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ 227

СЕКЦІЯ 7. ДІДЖИТАЛІЗАЦІЯ БІЗНЕС-ПРОЦЕСІВ СУБ'ЄКТІВ ТУРИСТИЧНОЇ ІНДУСТРІЇ

1. *Abrosimova A.* INNOVATIVE STATE OF THE HOTEL AND RESTAURANT BUSINESS IN UKRAINE 230
2. *Мицицей Т.Д.* ВПРОВАДЖЕННЯ ІНФОРМАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ У ТУРИЗМІ: ТЕХНОЛОГІЧНІ АСПЕКТИ 233
3. *Кирилюк І. М., Литвин О. В.* ВИКОРИСТАННЯ ІНФОРМАЦІЙНО-КОМУНІКАТИВНИХ ТЕХНОЛОГІЙ У СФЕРІ ТУРИЗМУ 237
4. *Морохович В.С.* ІННОВАЦІЙНІ ТРЕНДИ РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ В УМОВАХ ДІДЖИТАЛІЗАЦІЇ 240
5. *Нестерук В. О.* ІНФОРМАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ В СУЧАСНІЙ СФЕРІ ТУРИЗМУ І ГОСТИННОСТІ 242
6. *Нечипоренко А.О.* ІННОВАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ ТА ЇХ ВПЛИВ НА ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННИЙ БІЗНЕС 245
7. *Тимчук С.В., Нецадим Л.М.* СУЧАСНІ ТРЕНДИ УПРАВЛІННЯ ЯКІСТЮ ПРОДУКЦІЇ І ПОСЛУГ ТУРОПЕРАТОРСЬКИХ КОМПАНІЙ УКРАЇНИ З ОСБЛУГОВУВАННЯ ТУРИСТІВ 251
8. *Плющ С.А.* ЦИФРОВИЙ МАРКЕТИНГ В ТУРИСТИЧНІЙ ІНДУСТРІЇ 254
9. *Поворознюк І. М.* КОНТЕНТ-МАРКЕТИНГ В ІНДУСТРІЇ ГОСТИННОСТІ 255

СЕКЦІЯ 8. УДОСКОНАЛЕННЯ ПІДГОТОВКИ ФАХІВЦІВ ДЛЯ СФЕРИ ГОСТИННОСТІ

1. *Вотко К.О.* WAYS TO INCREASE LABOR PRODUCTIVITY AT A HOTEL ENTERPRISE 257
2. *Барвінок Н. В.* КЛЮЧОВІ КОМПЕТЕНТНОСТІ ПЕРСОНАЛУ ЯК СКЛАДОВА МАРКЕТИНГУ ТУРИСТИЧНОГО ПІДПРИЄМСТВА 259
3. *Веретільник Ю.В.* ПСИХОЛОГІЧНІ ОСОБЛИВОСТІ ПІДГОТОВКИ СТУДЕНТІВ СПЕЦІАЛЬНОСТЕЙ ІНДУСТРІЇ ГОСТИННОСТІ 262
4. *Левицька І.В.* АТЕСТАЦІЯ ПЕРСОНАЛУ: МЕТОДИЧНІ ПІДХОДИ 264
5. *Ярема Л.В.* ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ІНДУСТРІЇ ГОСТИННОСТІ 266

СЕКЦІЯ 9. ІННОВАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ В ІНФОРМАЦІЙНО-КОНСУЛЬТАЦІЙНІЙ ДІЯЛЬНОСТІ

1. *Бандура В. М., Бай З.В.* ОСОБЛИВОСТІ ОРГАНІЗАЦІЇ ОБСЛУГОВУВАННЯ У ГОТЕЛЯХ МІЖНАРОДНОЇ МЕРЕЖІ RADISSON 268
2. *Діскант Е.М.* ОСОБЛИВОСТІ ОРГАНІЗАЦІЇ І ТЕХНОЛОГІЇ НАДАННЯ ПОСЛУГ РОЗМІЩЕННЯ У ПІДПРИЄМСТВАХ ГОТЕЛЬНОГО ГОСПОДАРСТВА ТИПУ ХОСТЕЛ «DREAM HOSTEL KIEV» 270
3. *Кальна-Дубінюк Т.П.* ІНТЕРАКТИВНА КОНСУЛЬТАЦІЙНА СИСТЕМА ДЛЯ СІЛЬСЬКОГО ТУРИЗМУ 272
4. *Науменко О.М.* СУЧАСНЕ НОРМАТИВНО-ПРАВОВЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В ПІДПРИЄМНИЦТВІ 274

СЕКЦІЯ 10. ІННОВАЦІЙНІ ЕНЕРГОТЕХНОЛОГІЇ В ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОМУ БІЗНЕСІ

1.	<i>Авраменко В. С.</i> СУЧАСНІ ПІДХОДИ ДО ЕНЕРГОЗБЕРЕЖЕННЯ У ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОМУ ГОСПОДАРСТВІ	277
2.	<i>Бандура В.М.</i> ПЕРСПЕКТИВИ ЗАСТОСУВАННЯ МІКРОХВИЛЬОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ В РЕСТОРАННОМУ ГОСПОДАРСТВІ	278
3.	<i>Гунько І.О</i> ІННОВАЦІЙНІ ЕНЕРГОТЕХНОЛОГІЇ В ГОТЕЛЬНОМУ БІЗНЕСІ	280
4.	<i>Lazur B.</i> PECULIARITIES OF USING MODERN TEXTILE MATERIALS IN ACCOMMODATION INSTITUTIONS	282
5.	<i>Марусей Т.В.</i> СУЧАСНІ ЕНЕРГОТЕХНОЛОГІЇ В ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОМУ БІЗНЕСІ	284
6.	<i>Нещадим Л. М., Тимчук С. В.</i> ІННОВАЦІЙНА АВТОМАТИЗАЦІЯ БІЗНЕС –ПРОЦЕСІВ ЯК ОСНОВА ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОЇ ЕФЕКТИВНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ ІНДУСТРІЇ ГОСТИННОСТІ	287
7.	<i>Rubanenko O. O.</i> RES FOR HEAT AND POWER SUPPLY OF HOTEL AND RESTAURANT COMPLEXES	289
8.	<i>Сидоренко Т.М., Салімон О.М.</i> РОЗВИТОК ІННОВАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ В ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОМУ БІЗНЕСІ	291

ІННОВАЦІЙНА АВТОМАТИЗАЦІЯ БІЗНЕС – ПРОЦЕСІВ ЯК ОСНОВА ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ ІНДУСТРІЇ ГОСТИННОСТІ

Нещадим Л. М.

*кандидат економічних наук, доцент
Уманський державний педагогічний університет
імені Павла Тичини*

Тимчук С. В.

*кандидат економічних наук, доцент
Уманський національний університет садівництва*

Система автоматизації бізнес-процесів у готельно-ресторанному господарстві спрямована на інтенсифікацію операцій в автоматичному режимі, що передбачатиме контроль всіх робочих процесів.

Для підвищення ефективності готельно-ресторанного господарства та рівня якості наданих послуг підприємства індустрії гостинності впроваджують спеціалізовані програмні продукти, що автоматизують базові бізнес-процеси. Зокрема, в готельного господарстві забезпечується бездротовий доступ до мережі Internet, активізуються процеси застосування системи ідентифікації ключів, бронювання номерів онлайн, обробки інформації шляхом впровадження ІТ-технологій та автоматизованої системи управління.

Впровадження інноваційної автоматизації бізнес-процесів управління підприємствами індустрії гостинності дає можливість значно підвищити ефективність та результативність роботи, шляхом передового досвіду, методів управління або наукових знань. Перевага в актуальності надається інформаційним технологіям, оскільки їх використання є необхідною умовою функціонування будь-якого сучасного засобу розміщення або підприємства харчування, забезпечуючи точність, оперативність, високу швидкість обробки та передачі інформації [4].

Інноваційна автоматизація бізнес-процесів є важливим засобом, що забезпечує підтримку рівня конкурентоспроможності будь-якої економічної системи [5, 6]. Проте впровадження інформаційних новацій у практиці діяльності підприємств індустрії гостинності стикається з рядом факторів, таких як ризик втрати капіталовкладень, відсутність досвіду з впровадженням інновацій, відсутність стимулювання інновацій з боку держави, обмеженість у фінансових ресурсах підприємців, висока вартість інноваційних розробок та ін. [7].

Забезпечення високого рівня обслуговування гостей на підприємствах сфери обслуговування в сучасних умовах неможливо досягти без застосування інноваційних технологій, які передбачають електронне резервування, автоматизацію багатьох процесів що сприяють поліпшенню якості обслуговування. Прогресивний розвиток сучасних інформаційних технологій зумовив появу зовсім нових інтегрованих систем комп'ютерного управління підприємствами індустрії гостинності. На сьогодні широко використовуються системи, засновані на застосуванні мереж персональних комп'ютерів і міні ЕОМ з розвиненим інтерфейсом. Даний інформаційний потік дає можливість обмінюватися інформацією. Однією з новітніх інформаційних технологій сучасності є SMM (Social Media Marketing) - найбільш популярний вид просування та торгівлі турпродуктом через соціальні мережі. Він не потребує великих затрат, ефективний у використанні та легкий в освоєнні для персоналу підприємств сфери обслуговування. Основною його метою є створення індивідуальності, впізнаваності, брендування підприємства; підвищення зацікавленості в наданих послугах, полегшення комунікаційних зв'язків з клієнтами, розширення клієнтської бази та потенційних можливостей підприємства.

Просування готельно-ресторанних послуг в соціальних мережах потрібне для того, щоб знайти потенційних гостей і підвищити лояльність постійних клієнтів. Іншими словами, хороший профіль у соцмережах підприємства сфери обслуговування має залучати гостей візуально: гарні фото їжі, відео з заходів, фото персоналу й гостей. Також соціальні мережі – це новітня платформа для рекламного розсилання й інтеграцій. Така рекламна діяльність дозволяє значно економити бюджет та отримати зростання економічного результату.

Social Media Marketing дає можливість більш направлено обирати цільову аудиторію, вибирати актуальні платформи, де саме ця аудиторія більшою мірою представлена. Завдяки високим темпам розвитку, підприємства індустрії гостинності, які мають профілі в соцмережах, менш чутливі до кризи.

Варто зазначити, що *постійно* зростаюча діджиталізація всіх процесів, особливо на підприємствах індустрії гостинності все більше охоплює цифрове середовище, формує нові межі клієнтського досвіду. При цьому під клієнтським досвідом розуміється вся сукупність емоцій, вражень та знань клієнта, яку він отримує в різних точках контакту (touchpoint) із підприємством готельно-ресторанного бізнесу (як реальних, так і віртуальних) [3, 7].

Однією з новітніх інформаційних технологій, яка активно впроваджується в діяльність підприємств індустрії гостинності є онлайн бронювання. Більшість представників сфери обслуговування нині вважають за необхідне мати можливість онлайн бронювання для клієнтів. Ця послуга потребує якісно розробленого програмного забезпечення: відповідні мобільні додатки та сайти з простим інтерфейсом [5].

Сучасні підприємства індустрії гостинності є складним комплексом функціональних ланок. Враховуючи постійно зростаючу конкуренцію та новітні напрями у сфері обслуговування, підвищується необхідність створення умов для оперативної та ефективної роботи персоналу. Розв'язання даної проблеми можливе лише шляхом впровадження систем автоматизації роботи готелю, тобто впровадження Автоматизованих Систем Управління (АСУ) готелем (в англійському варіанті - Property Management System (PMS)) [2].

Автоматизовані системи управління для підприємств індустрії гостинності є комплексом інтегрованих підсистем, що створюють ефективне середовище взаємодії співробітників, клієнтів і ділових партнерів - туристичних агентств, корпоративних клієнтів і туроператорів [3].

Отже, ключовою основою забезпечення конкурентоспроможності, постійного розвитку та підвищення ефективності функціонування підприємств індустрії гостинності в Україні є впровадження інформаційних технологій. Це є економічно вигідним та ефективним, оскільки вони сприяють удосконаленню процесу обслуговування, зниженню витрат та отримання додаткового доходу.

Варто відмітити, що новітні ІТ-технології є основою інноваційного розвитку в управлінні підприємствами індустрії гостинності, які допоможуть підвищити якість обслуговування та правильно систематизувати, аналізувати необхідну важливу інформацію, моніторити роботу персоналу.

Завпровадження сучасних сервісних ІТ-технологій являє собою глобальні системи бронювання та CRM системи. Вони дозволяють клієнту обрати для себе найзручніший варіант проживання, враховуючи всі переваги. Основою технології CRM є накопичення інформації про клієнта та управління цими даними. Бази даних клієнтів дозволяють детально вивчати цільову аудиторію готелю, прогнозувати попит на послуги, проводити ефективну маркетингову політику.

Список використаних джерел

1. Гросул В., Балацька Н. Digital-маркетинг як дієвий інструмент антикризового розвитку підприємства ресторанного бізнесу в період пандемії та її рецесії. Підприємництво та інновації. 2020. № 11-2. С. 7–12. DOI: <https://doi.org/10.37320/2415-3583/11.20>
2. Нецадим Л.М., Тимчук С.В. Інноваційні стратегії як перспективний напрям планування діяльності готельних та ресторанних підприємств України. *Інфраструктура ринку*. Випуск 59. 2021. http://www.market-infr.od.ua/journals/2021/59_2021/12.pdf
3. Бойко В. О., Лізон Д. Г. Використання інформаційних технологій при наданні послуг у ресторанному бізнесі. Філософські обрії сьогодення : Міжнародна науково-практична конференція (18 листопада 2021 р.) / за ред. І. Варнавської. Херсон : ХДАЕУ, 2021. С. 9–10.
4. Kumar Kishore, Naik Lokesh. How to create an online survey by using Google forms. *International Journal of Library and Information Studies*. 2016. No 6(3). P. 118–126.
5. Александрова И.Ю. Методология маркетингового исследования интернет-пользователей. *E-Management*. 2019. № 1. С. 7–18. DOI: <https://doi.org/10.26425/2658-3445-2019-1-7-18>
6. Kaden, Robert J. *Guerrilla Marketing Research: Marketing Research Techniques That Can Help Any Business Make More Money*; Kogan Page, 2006. 232 p.
7. Шацька З.Я., Семко В.В. Впровадження нових технологій на вітчизняних підприємствах: Міжнародна науково-практична конференція "Сучасні детермінанти розвитку бізнес-процесів в Україні" : 2017 р.: матеріали Міжнар. нак.-практ. конф., 24 травня 2017 р. Київ : КНУТД, 2017. С. 370–373.

УДК 664.8.036.3:

RES FOR HEAT AND POWER SUPPLY OF HOTEL AND RESTAURANT COMPLEXES

Rubanenko O. O.

*Doctor Engineering Science, Associate Professor
University of West Bohemia, Czech Republic*

Rising energy prices are forcing us to look for new ways to heat and power hotel complexes and restaurants (see Fig.1).

For household consumers in the EU (defined for the purpose of this article as medium-sized consumers with an annual consumption between 2 500 kWh and 5 000 kWh), electricity prices in the second half of 2021 were highest in Denmark (0.3448 euro per kWh), Germany (€0.3234 per kWh), Belgium (€0.2994 per kWh) and Ireland (€0.2974 per kWh) [1]. The total Energy consumption was presented in Fig. 2. Energy consumption decrease is possible but not total.