

Черкаський національний університет імені Богдана Хмельницького
Навчально-науковий інститут економіки і права
Кафедра туризму і готельно-ресторанної справи



ТУРИЗМ І ГОСТИННІСТЬ: СТАН, ПРОБЛЕМИ, ПЕРСПЕКТИВИ

*Матеріали VII Міжнародної
науково-практичної конференції*

18 травня 2023 р., м. Черкаси

ЧЕРКАСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ БОГДАНА ХМЕЛЬНИЦЬКОГО
Навчально-науковий інститут економіки і права
Кафедра туризму і готельно-ресторанної справи

Черкаська обласна державна адміністрація
Університет Грінвіча (Велика Британія)
Яський державний університет ім. А.Й. Кузи (Румунія)
Празький університетський коледж (Чехія)
ISMA Вища школа менеджменту інформаційних систем м.Рига (Латвія)
Гуманітарно-природничий університет імені Яна Длугоша в Ченстохові (Польща)
Державний Університет ім. А. Руссо (Молдова)
Київський національний університет імені Тараса Шевченка
Вищий навчальний заклад Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»
Уманський національний університет садівництва
Національний університет біоресурсів і природокористування України

ТУРИЗМ І ГОСТИННІСТЬ: СТАН, ПРОБЛЕМИ, ПЕРСПЕКТИВИ

*Матеріали VII Міжнародної
науково-практичної конференції*

(18 травня 2023 р., м. Черкаси)

Черкаси
Видавець Юлія Чабаненко
2023

УДК 338.48:33214

ББК 65.43

Т 88

Рецензент: **Семикіна М. В.**, професор кафедри економіки та підприємництва, Центральноукраїнський національний технічний університет (м. Кропивницький), доктор економічних наук, професор

*Рекомендовано до друку на засіданні Вченої ради
Черкаського національного університету імені Богдана Хмельницького
(протокол № 10 від 11 травня 2023 року)*

Відповідальні за випуск Красномоєць В. А., Пасека С. Р.

Т 88 Туризм і гостинність: стан, проблеми, перспективи : матер. VII Міжнар. наук.-практ. конф. (18 травня 2023 р., м. Черкаси). – Черкаси : Вид-ць Юлія Чабаненко, 2023. – 213 с.

У збірнику представлені статті вчених, молодих дослідників, представників туристського бізнесу, присвячені теоретичним і прикладним питанням туризму і гостинності, маркетингу та менеджменту у сфері туризму і гостинності, економічним проблемам у розвитку туризму і готельно-ресторанного бізнесу, професійному розвитку персоналу і корпоративній культурі, формуванню соціального капіталу у сфері туризму та готельно-ресторанного бізнесу, інфраструктурі туризму, аспектам конкурентоспроможності підприємств туристичної галузі, розвитку окремих видів туризму, організації дозвілля та відпочинку туристів, міжнародному співробітництву в галузі туризму.

Усі матеріали надруковано у авторській редакції. Відповідальність за зміст публікації покладено на авторів.

ББК 65.43
© ЧНУ імені Богдана Хмельницького, 2023

ЗМІСТ

Секція 1. Туризм і гостинність: теорія і практика

<i>Бровенко Тетяна Вікторівна</i>	9
Екологічна відповідальність у сфері ресторанного бізнесу	
<i>Гладкий Олександр Віталійович</i>	11
Використання теорії графів для розроблення маршрутів туристичних подорожей	
<i>Григорчак Ігор Михайлович, Подря В.О.</i>	13
Об'єкти всесвітньої спадщини ЮНЕСКО як туристичний ресурс	
<i>Гусарова Марина Юрївна</i>	17
Вплив кластерних ініціатив на розвиток туризму в регіоні	
<i>Кампов Надія Семенівна</i>	21
Стратегічні напрями розвитку туризму в декларативних документах	
<i>Карпенко Юрій Вікторович</i>	24
Етичний вимір туризму крізь призму моральних понять	
<i>Красномовець Вікторія Анатоліївна</i>	27
Соціальна стійкість в індустрії гостинності	
<i>Кріль Ярослава Ярославівна, Благодир Світлана Феодосіївна</i>	30
Нормативно-правове регулювання організації діяльності суб'єктів господарювання сфери гостинності	
<i>Кудря Олег Володимирович</i>	33
Характеристика західної України як туристичної дестинації	
<i>Логвин Михайло Михайлович, Мороз Марина Вікторівна</i>	36
Сталий туризм: тенденція чи потреба	
<i>Малик Юлія Русланівна, Босецька Надія Георгіївна</i>	39
Вітчизняний та зарубіжний досвід організації анімаційної діяльності в готелях	
<i>Мальська Марта Пилипівна, Гаталяк Оксана Миколаївна, Ганич Наталія Михайлівна</i>	44
Ресторанне господарство як складова сфери гостинності: теоретичні засади	
<i>Мальська Марта Пилипівна, Філь Марія Іванівна</i>	48
«POSTER» та «SYRVE» : переваги та недоліки автоматизованих систем у сфері гостинності	
<i>Oleg Petelca, Veronica Garbuz, Iurie Beşliu</i>	51
Motivation - a key criterion for segmentation in rural tourism: an analysis of recent literature	
<i>Семикіна Марина Валентинівна</i>	54
Розвиток готельно-ресторанного бізнесу на основі формування корпоративної культури	

Слатвінська Леся Анатоліївна, Букатинська Анастасія Петрівна, Бричук Юлія Володимирівна 58
Особливості розвитку туризму за участі громадських організацій та грантових фондів

Секція 2. Актуальні питання розвитку туризму і готельного господарства в Україні та світі.

Атак Анастасія Олександрівна, Нещадим Людмила Миколаївна 61
Standardization and certification of bar service products

Галенко Яна Олександрівна 64
Перспективи розвитку малих готельних підприємств в Україні

Григорчак Ігор Михайлович, Подря Валерія Олександрівна 66
Об'єкти всесвітньої спадщини ЮНЕСКО як туристичний ресурс

Дроботова Марина Володимирівна 70
Створення і реалізація туристичного іміджу України

Жук Юрій Ігорович, Лемєга Надія Михайлівна 74
Практичні аспекти розвитку сучасного готельного бізнесу України у контексті кризових явищ в індустрії гостинності

Козюра Яна Вікторівна 77
Аналіз анімаційних програм вітчизняних готельних комплексів

Кравченко Артем Володимирович 80
Досвід організації фестивального туризму в країнах Європи

Кучер Маргарита Миколаївна 84
Аналіз тенденцій розважальних послуг в готелях

Луценко Владислав Вячеславович 87
Тенденції діджиталізації в туризмі

Мальська М. П., Біланюк В. І., Зінько Ю. В., Андрейчук Ю. М. 89
Геопросторова організація рекреації і туризму у львівській агломерації

Остапцев Євгеній Юрійович 94
Нейромаркетинг як інструмент дослідження споживчої поведінки туристів

Остропольська Катерина 97
POSHTELS - актуальний тренд розвитку хостелів

Павлюк Анатолій Анатолійович, Дьякон Антоніна Анатоліївна 100
Сучасні напрямки співробітництва України та країн Балтії у туристичній галузі

Пасічник Владислав Олексійович; Барвінок Наталія Володимирівна 103
Adaptive strategies of enterprises in the hospitality industry in the conditions of the crisis related to global security factors

Пащенко Валерія Костянтинівна 106
Стан та тенденції розвитку видів туризму в Центральній Україні

Пісецький Микола Миколайович	111
Розвиток туристичних дестинацій України з врахуванням наслідків війни	
Поворознюк Інна Миколаївна, Ошитко Роман Любомирович	114
Формування організаційних підходів до забезпечення стійкого розвитку підприємств готельного бізнесу	
Погрїбна Анжела Сергіївна	116
Аналіз ринку послуг з організації банкетів у м. Черкаси	
Скалько Алла Володимирівна	120
Впровадження інноваційних технологій у готельно-ресторанному підприємстві під час пандемії	
Тищенко Ольга Леонтіївна	123
Креативні готелі України	
Топчій Вячеслав Віталійович, Кундєєва Галина Олексіївна	126
Індустрія гостинності: перспективи сектору харчування	
Транченко Л.В.	129
Вплив цифрових комунікацій на туристичний маркетинг	
Транченко О.М.	132
Інтелектуальні системи управління індустрії готинності	
Штанько Аніта Олександрівна	134
Особливості функціонування готелів ділового призначення міста Львова	
Яценко Володимир Микитович, Пихтін Микола Максимович	136
Сучасний стан та тенденція розвитку культурно-пізнавального туризму в Україні	

Секція 3. Стан туризму і готельного господарства в Україні у військовий період

Бейдик Олександр Олексійович, Комлев Олександр Олександрович	140
Конструктивні та деструктивні чинники розвитку національного туризму	
Босецька Надія Георгіївна	145
Ресторанна галузь України під час війни	
Джумурат Володимир Михайлович	148
вплив військових дій на туристичний потенціал України	
Дробиш Людмила Володимирівна	150
Туризм в Україні: виклики сьогодення	
Кирилюк Ірина Миколаївна, Кирилюк Олексій Вікторович	153
Туризм як засіб реабілітації та соціальної інтеграції для учасників бойових дій під час російсько-української війни	
Мункачій Ірина Зеновійвна	156
Туристична галузь України в умовах воєнного стану	
Панченко Маргарита	158
Характеристика діяльності підприємств готельного господарства в Дніпропетровській області у військовий період	

Пасека Станіслава Раймондівна
Особливості розвитку туристичної галузі України під час повномасштабної війни 160

Рутинський Михайло Йосипович
Зовнішня туристично-інформаційна політика України у 2022-2023 роках 163

Секція 4. Управління у сфері гостинності

Сисоліна Наталія Петрівна
Управління готельним підприємством 167

Мальська Марта Пилипівна, Бригілевич Галина Михайлівна
Управління якістю послуг у сфері гостинності 169

Нісфоян Сергій Сергійович
Особливості управління туристичною діяльністю 171

Секція 5. Інфраструктура туризму

Дудник Діана Вячеславівна
Туристична інфраструктура Туреччини 175

Слатвінська Леся Анатоліївна, Гнилозубенко Дмитро Сергійович, Месробян Маріета Сергіївна
Аналіз соціально-економічної активності екскурсійного туризму 177

Омельченко Анастасія Павлівна
Удосконалення послуг харчування для конференц-сервісу 180

Секція 6. Аспекти конкурентоспроможності підприємств сфери гостинності

Воляник Каріна Леонідівна, Русавська В.А
Модель обмеженого асортименту: цінова стратегія досягнення конкурентних переваг в ресторанному бізнесі 184

Дмитришин Богдан Васильович
Моделювання конкурентоспроможності підприємств сфери гостинності 187

Резніченко Марія Олександрівна
Особливості харчування населення під час посту 189

Тимчук Світлана Володимирівна
Товарознавчі характеристики м'ясної продукції: їхня роль у виборі оптимальних продуктів у ресторанній сфері 192

Чумаченко Ольга Сергіївна
Фактори підвищення конкурентоспроможності підприємства громадського харчування 195

Штик Емма Дженніфер
Підвищення ефективності функціонування та розвитку готельно-ресторанного підприємства 197

Слатвінська Л. А.,
к. е., н., доцент.
Гнилозубенко Д. С.,
здобувач вищої освіти.
Месрбян М. С.,
здобувач вищої освіти.

Уманський державний педагогічний університет імені Павла тичини

АНАЛІЗ СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНОЇ АКТИВНОСТІ ЕКСКУРСІЙНОГО ТУРИЗМУ

Сучасний екскурсійний туризм як економічне явище: має індустріальну форму; виступає у вигляді турпродукту і послуг, що не можуть накопичуватися і транспортуватися; створює нові робочі місця і виступає найчастіше піонером освоєння нових районів і каталізатором прискореного розвитку національної економіки; слугує механізмом перерозподілу національного доходу на користь країн, що спеціалізуються на туризмі; є мультиплікатором зростання національного доходу, зайнятості і зростання місцевої інфраструктури і росту рівня життя місцевого населення; характеризується високою ефективністю і швидкою окупністю інвестицій; є ефективним засобом охорони природи і культурної спадщини, оскільки саме ці елементи становлять основу його ресурсної бази; пов'язаний практично з усіма галузями господарства і видами діяльності людини, оскільки саме їхня диференціація і дискретність створюють ту різницю потенціалів рекреаційного середовища, що спонукають людей до пізнання і зміни місць свого перебування [1].

За даними Національної туристичної організації України, що відображені у Туристичному барометрі ми провели аналіз економічної активності суб'єктів екскурсійної діяльності, за даними (табл. 1) ми спостерігаємо, що кількість суб'єктів екскурсійної діяльності у 2019 році порівняно із 2011 роком зменшилась на 43%, відповідно кількість екскурсійних працівників зменшалась на 68%, але загальна ефективність суб'єктів економічної діяльності зросла і становить 171 % у 2019 році порівняно із 2011 роком. Ми можемо стверджувати, що зростання відбулось за рахунок впровадження різних видів інновації, що стимулювали зростання упродовж досліджуваного періоду.

Оцінюючи показники зростання економічної ефективності суб'єктів екскурсійної діяльності, важливо дослідити фактори впливу та зростання попиту на екскурсійні послуги, і що саме стимулювало туристів споживати туристичний продукт до складу якого входила екскурсійна послуга.

Як відомо, успіх людини вимірюється її туристичною активністю, адже люди, які подорожують країною, мають вищий показник середньомісячного доходу на одного члена домогосподарства в порівнянні з тими, хто не подорожує своєю країною або іншими країнами.

Таблиця 1 - Аналіз економічної активності суб'єктів екскурсійної діяльності у 2011-2019 роках*

Кількість суб'єктів екскурсійної діяльності									
2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2019/ 2011,%
404	452	477	149	135	151	169	199	233	-43
Кількість екскурсійних працівників, осіб									
1143	1098	968	241	220	262	287	326	367	-68
Дохід екскурсійних підприємств, млн/грн									
62231	74340	85172	13762	20887	31509	56125	102011	106579	+171

*Джерело: [2].

Українці з вищою освітою частіше зазначали, що вони мають подорожі за кордон, при цьому респонденти з середньою повною та середньою спеціальною освітою частіше зазначали, що вони не подорожують за кордон. 38% українців у віці 15-70 років подорожують Україною, найчастіше такі мандрівки з туристичною метою трапляються раз на рік. Жінки та чоловіки рівною мірою залучені до внутрішнього туризму, в той час як вік українців суттєво впливає і на залученість до туризму, і на кількість туристичних мандрівок. Найбільш активно подорожують жителі України у віці від 15 до 44 років, далі з віком туристична активність зменшується.

На туристичну активність істотно впливає тип населеного пункту, де проживають українці. Частіше подорожують міські жителі, при цьому частіше – мешканці великих міст (обласних центрів).

Майже три чверті (72%) респондентів з тих, які мають подорожі Україною з різною частотою (38% серед усіх учасників опитування), частіше подорожують з метою відпустки, дозвілля чи відпочинку. Ця мета подорожі випереджає усі інші з великим відривом. На другому місці – відвідування рідних та друзів. Хоча цей варіант на умовному другому місці, втім його називають в сім разів рідше, аніж головний мотив подорожей – відпустки, дозвілля чи відпочинок. Усі інші варіанти набирають 5% і менше.

Абсолютна більшість серед чоловіків та жінок називають відпустку, дозвілля або відпочинок основною метою своїх подорожей Україною. Загалом вони схожим чином відповідають на це питання. Єдиною відмінністю зафіксовано те, що серед чоловіків є дещо більша частка тих, хто такою метою називає індивідуальні ділові візити (8% проти 3% серед жінок-респондентів).

Різні вікові групи доволі схожим чином відповідають про мету своїх подорожей Україною. Помітно відрізняються респонденти 55-70 років, як помітно рідше називають метою подорожей відпустку, дозвілля та відпочинок і водночас вдвічі частіше порівняно з молодшими респондентами в якості такої мети відвідування рідних або друзів. Таку відмінність можна пояснити тим, що значна

частина цих респондентів належать до пенсіонерів, які мають доволі поганий матеріальний стан і не можуть задовольняти повною мірою свої рекреаційні потреби.

Абсолютна більшість жителів різних регіонів називають основною метою своїх подорожей – відпустки, дозвілля та відпочинок. Найбільша частка таких відповідей серед усіх регіонів у Києві, що пов'язано з порівняно кращим матеріальним станом респондентів-киян. Загалом не тільки в Києві, а в обласних центрах дещо частіше називали метою подорожей Україною в цілому відпустки, дозвілля та відпочинок. Це так само можна пояснити кращим матеріальним станом жителів великих міст, обласних центрів, порівняно з невеликими містами або селами.

Порівняно частіше опитані називали пляжний туризм в якості найбільш улюбленого виду відпочинку в Україні – його назвали близько половини опитаних (48%). На другому місці екскурсійний туризм про який згадала понад третина респондентів (36%). На третьому місці з великим відривом гірськолижні курорти (17%). Також, респонденти порівняно часто називали найбільш улюбленими видами відпочинку в Україні лікувально-оздоровчий туризм (14%) та тури вихідного дня (10%).

Українці готові рекомендувати мандри Україною своїм знайомим, друзям, рідним. Половина опитаних не має з цього приводу жодних сумнівів, переважна більшість оцінює вірогідність таких рекомендацій, як високу (83% оцінюють за 10-бальною шкалою ймовірність своїх рекомендацій від 6 до 10 балів). Жінки у середньому оцінюють вірогідність рекомендації рідним, друзям, знайомим мандрувати Україною дещо вище за чоловіків. Найбільш ймовірно почути таку рекомендацію від молодих українців, найменш ймовірно – від жителів України у віці 65-70 років. Більшу готовність рекомендувати Україну для подорожей демонструють жителі західних та центральних областей, порівняно меншу – жителі сходу. Цікаво, що ті українці, які самі подорожують Україною, з більшою готовністю радять й іншим мандрувати нашою країною. А найбільше таких рекомендацій можна почути від тих, хто мандрував Україною протягом 2021 року.

Отже, туризм так чи інакше впливає на економіку практично за всіма аспектами фундаментального визначення цієї сфери життя суспільства.

Список використаних джерел:

1. М. П. Мальська, М. Й. Рутинський, С. В. Білоус, Н. Л. Мандюк. Економіка туризму: теорія та практика: підручник. К. «Центр учбової літератури». 2016. 554 с.
2. Національна система туристичної статистики. URL: https://www.ntoukraine.org/nsts_analytics_ua.html (дата звернення: 05.05.2023).

Омельченко А.П.
здобувач вищої освіти
науковий керівник:
к.е.н., доцент Дроботова М.В.
Черкаський національний університет
імені Богдана Хмельницького

УДОСКОНАЛЕННЯ ПОСЛУГ ХАРЧУВАННЯ ДЛЯ КОНФЕРЕНЦ- СЕРВІСУ

Існує багато варіантів удосконалення послуг харчування для конференц-сервісу. Наведемо декілька з них:

- розширити меню. Можна перевірити, які страви найбільш популярні серед учасників конференції та додати їх у меню. Також можна запропонувати вегетаріанські, веганські та безглютенові опції;

- підвищити якість їжі. Якість їжі може значно впливати на загальний досвід учасників конференції. Це можливо за рахунок співпраці з шеф-кухарем або використання більш якісних інгредієнтів. Якість продуктів, які використовуються для готування страв, має велике значення. Необхідно працювати з надійними постачальниками та використовувати свіжі та якісні продукти для готування страв;

- покращити сервіс. Від швидкості обслуговування до якості послуг, сервіс може мати великий вплив на задоволення учасників конференції. За потреби можна найняти додатковий персонал для забезпечення більш швидкого та ефективного обслуговування;

- забезпечити дотримання стандартів безпеки. Забезпечення безпеки є дуже важливим для учасників конференції. Тому можна передбачити введення додаткових заходів безпеки, таких як соціальна дистанція, наявність дезінфікуючих засобів та ін.;

- провести опитування учасників конференції. Це необхідне для розуміння шляхів подальшого удосконалення послуг харчування та допоможе отримати цінну зворотну інформацію, зрозуміти, які аспекти можна покращити;

- забезпечити екологічність. Екологічність може бути важливим фактором для багатьох учасників конференції. До прикладу, можна використовувати екологічно чисті матеріали;

- розробити різноманітні меню. Учасники конференції можуть бути з різних країн та культур, тому важливо забезпечити різноманітність у меню. Необхідно розглянути можливість пропозиції страв з різних кухонь, таких як азіатська, європейська, американська тощо;

- забезпечити можливість вибору. Важливо забезпечити учасникам можливість вибору. До прикладу, пропонувати кілька варіантів страв на обід, або додаткові опції до основного меню.