АДРЕСА ФАКУЛЬТЕТУ:
вул. Є. Коновальця, 36, каб. 709
Тел.: (044) 537-20-98
E-mail: fgritb@ukr.net

АДРЕСА КАФЕДРИ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ:
вул. Є. Коновальця, 36, каб. 922
тел.: (044) 529-93-32
E-mail: kgrb@gmail.com

АДРЕСА КАФЕДРИ МІЖНАРОДНОГО ТУРИЗМУ:
вул. Є. Коновальця, 36, каб. 103
тел.: (044) 525-85-90
E-mail: mt_fgritb@ukr.net

Facebook
fgritb.official

Instagram
fgritb_official

Viber
+380(96) 989-88-92

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 ICC UKRAINE
ФАКУЛЬТЕТ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО
І ТУРИСТИЧНОГО БІЗНЕСУ

КИЇВСЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ КУЛЬТУРИ

ГОСТИННІСТЬ, СЕРВІС, ТУРИЗМ:

ДОСВІД, ПРОБЛЕМИ, ІННОВАЦІЇ

VIII Міжнародна науково-практична конференція

8-9 квітня 2021 року

Реєстрація Міністерства освіти і науки України
Лист № 22-1/10-2175 від 20.10.2021

Тези доповідей

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 ICC 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

ЗМІСТ

Секція 1. ТЕОРІЯ І ПРАКТИКА РОЗВИТКУ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ

Поплавський М.М.	*Тенденції розвитку національної кухні: можливості і перспективи для ресторанного бізнесу*	***14***
Комарніцький І.О.	*The current state and possibilities of development of the hospitality industry of Ukraine: the challenges of the present*	***16***
Антоненко А.В., Стукальська Н.М.	*Сучасні аспекти розвитку кейтерингу в Україні*	***19***
Батченко Л.В., Ключук А.	*Формування і управління комунікативною політикою організації готельно-ресторанного бізнесу*	***23***
Батченко Л.В., Прокопенко А.	*Раціоналізація процесу прийняття стратегічних рішень в компаніях сервісної галузі*	***25***
Білоус С.В., Красько А.Б., Безручко Л.С., Гаталяк О.М.	*Інноваційні технології в ресторанному бізнесі та туризмі: досвід та перспективи для України*	***28***
Гончар Л.О., Аухімік О.	*Контролінг в готельно-ресторанному бізнесі: концептуально-еволюційний аспект*	***31***
Горіна Г.О., Крижимінська Є.Г.	*Світові культурні та креативні індустрії: диференціація підходів до визначення*	***34***
Земліна Ю.В., Біттер О.	*Особливості роботи аквателів на прикладі арт-готелю «BAKKARA»*	***38***
Зоценко Л.М., Сідина Л.П.	*Популяризація локальної, традиційної та регіональної кухні України у сучасний період*	***40***
Зоценко Л.М., Ігнатюк М.	*Розвиток еко-ресторанів та веганських закладів – сучасна філософія ресторанного ринку*	***43***

Скабара Р.М.	*Актуальні трансформаційні процеси в готельному господарстві львівської області: передумови та ефективність*	***86***
Ткаченко Т.І.	*Технології розробки методики туристично-екскурсійного забезпечення з гастрономічного туризму*	***89***
Шикіна О.В., Андрєєва Д.	*Ресторанний бізнес як складова інфраструктури туризму*	***92***

Секція 2. СТРАТЕГІЧНІ НАПРЯМИ ФОРМУВАННЯ ТА РОЗВИТКУ НАЦІОНАЛЬНОГО ТУРИСТИЧНОГО ПРОДУКТУ

Антоненко В.С., Хуткий В.О., Мельник Д.	*Світова сфера розваг в умовах пандемії: проблеми виживання базового ресурсу сфери туризму*	***97***
Батченко Л.В., Охота О.	*Організаційна структура підприємства туристичного бізнесу: аналітичний аспект*	***100***
Барибіна Я.О.	*Економічна функція культурної спадщини у розвитку туристичних дестинацій*	***102***
Бондаренко С.А., Вербицька Д.	*Сутність і складові кадрового потенціалу туристичного підприємства*	***105***
Бордун О.Ю., Гінда В.	*Винний туризм як вид туристичної діяльності*	***107***
Булгакова Н.В.	*Структурно-функціональна модель трансформації рекреаційної сфери*	***112***
Бунтова Н.В.	*Стратегічні орієнтири формування індустрії гостинності як тенденція стійкого розвитку міжнародного туризму*	***114***
Marin Bordeaux	*Strategic priorities the development of medical tourism in Romania*	***117***
Вишневська Г.Г.	*Пам'ятки фортикаційного зодчества західної України як туристичні об'єкти*	***120***

його регіональних особливостей в державі та за кордоном. Ці оператори освоїли національний ринок та здійснюють експансію на ринок готельних послуг Європи. Міжнародний статус набув готельний оператор «Reikarts Holes Group», в стадії експансії «Premier Hotels and Resorts» та «Royal Hotel&Spa Resorts». Набутий досвід українських керуючих компаній – важливі здобутки для інвесторів і власників готельного бізнесу;

– українські національні готельні мережі сформовані, головним чином, з власних активів, їх розширення відбувається внаслідок купівлі нових підприємств. На відміну від українських, міжнародні мережі в останні десятиріччя намагаються не володіти активами, вони активно їх розпродують, залишаючи за собою лише у різних формах послуги менеджменту для власників бізнесу;

– керуючі компанії відомих українських національних мереж намагаються охопити більший обсяг організації не тільки за рахунок придбання активів, вони розглядають різні варіанти входження партнерів, незалежних компаній у готельний бізнес. У портфелі таких операторів зростає частка франчайзингу, договорів на управління, інших форм, так і застосування їх в комбінованому форматі, забезпечуючи гнучкість в умовах зростаючої конкуренції.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1.Безуглий, І. В.. Інноваційна основа формування національних готельних мереж України. // Глобальні та національні проблеми економіки. 2018. Режим доступу: http://global-national.in.ua/ archive/22-2018/27.pdf.

2. Колективні засоби розміщування в Україні (юридичні особи, відокремлені підрозділи юридичних осіб) у 2019 році. // Державна служба статистики України. – 2019. – Режим доступу: http://www.ukrstat.gov.ua/.

3.Майгер Н. В. Создание гостиничной сети в Украине. Pro Hotelia. Гостиничный бизнес online. Режим доступу: http://prohotelia.com/2010/09/ukraine-hotel-chaine/.

Паска М.З., *доктор ветеренарних наук, професор,*
завідувач кафедри готельно-ресторанного бізнесу
Карпова М., *магістрантка,*
кафедра готельно-ресторанного бізнесу
Львівський державний університет фізичної культури
імені Івана Боберського,
Львів, Україна

АНАЛІЗ ДІЯЛЬНОСТІ ОКРЕМИХ КАВ'ЯРЕНЬ НА РЕСТОРАННОМУ РИНКУ ЛЬВОВА

Ресторанний бізнес є одним із найбільш значущих складників індустрії гостинності [1]. Одним із головних завдань нині залишається аналіз ринку ресторанних послуг та визначення основних тенденцій його розвитку, які дають

змогу відкрити підприємцям нові можливості для заснування бізнесу в найбільш затребуваних та перспективних сегментних нішах, що, можливо, зможе призвести до подальшого розвитку ресторанного бізнесу в Україні [2].

Конкурентоспроможність у наш час − це невід'ємна складова будь якого діючого на ринку підприємства. Конкурентоспроможність підприємства − це його комплексна порівняльна характеристика, яка відбиває ступінь переваг над підприємствами-конкурентами по сукупності оціночних показників діяльності на певних ринках, за певний проміжок часу. Тобто, конкурентоспроможність можна оцінювати шляхом порівняння конкурентних позицій кількох підприємств на певному ринку. Аналізуючи аналогічні заклади ресторанного господарства на вулиці Пекарській м. Львів, то тут можна виділити «Молліс», «Арома кава», «Ла кафе»[3].

На перший погляд, можна сказати, що рівень конкуренції на даній ділянці високий, оскільки основний продукт- кава, але в даному випадку ці заклади створюють трафік гостей по вулиці, якість продукту, клієнтоорієнтованість, цінності та філософія закладів суттєво відрізняються. Дані заклади належать до кав'ярень другої хвилі, асортимент продукції включає в себе велику кількість сиропів, які приглушують смак кави, кавове зерно належить до так званого «комерційного» зерна (якість сировини допускає більшу кількість дефектів), що суттєво відрізняється від «Про100Кава». Також дані заклади не продають високоякісну арабіку в зернах (окрім «Арома Кава», але реалізовують вони комерційну арабіку).

Окрім кав'ярень, в даному районі є заклади ресторанного господарства, такі як «Бейрут холл», «Місіс Грінвіч», «Леополі», «Гараж», «Франс.уа», «Тірамісу», які пропонують комплексні обіди, сніданки, широкий різноманітний асортимент страв та алкогольна карта. В більшій мірі, цільова аудиторія цих закладів- люди середнього віку та молодь, у яких є вільний обідній час. У ввечері в цих закладах здебільшого збираються невеликими компаніями. Здебільшого ринок споживачів в даному районі становлять студенти, через розташування поблизу таких навчальних закладів: Львівський коледж будівництва та дизайну, Львівський торгівельно-економічний університет, Педагогічний коледж ЛНУ, працівники навколишніх офісів, викладачі, туристи, маршрут яких пролягає через вулицю Пекарську[4].

Маркетингову політику в закладі ведуть безпосередньо власники. Аналізуючи роботу аналогічних об'єктів, та виходячи з того, що попередні роки до світової пандемії Covid − 19 були фінансово стабільними, було прийнято рішення про те, що кав'ярні необхідно утримати наявний потік людей та поступово залучати нових через постійно діючу програму лояльності та впровадженням сезонних акцій, залучаючи для цього партнерів, тим самим мінімізуючи затрати та просуваючи взаємовигідно бренди один одного[5]. Як оптимальний спосіб зв'язку з гостями було налагоджено роботу у соціальних мережах, налаштовано роботу сервісу Google Бізнес, збір інформації про якість обслуговування під час візиту гостя у кав'ярню, а також у розробці автоматизований чат бот у месенджері Телеграм [6].

Заплановано, з початком сезону, брати участь у різноманітних ярмарках, виставках, фестивалях, для того, щоб привернути увагу ще більшої кількості людей.

Постійна бартерна співпраця з інстаграм– блогерами також дає свій результат- саме за рекомендацією блогерів можна спостерігати вищий рівень довіри до закладу. В кав'ярні діє ряд акцій та програма лояльності «8-ма кава». «8-ма кава» являє собою картку, на яку ставлять штампи за кожен придбаний кавовий напій, остання кава- безкоштовно. У рамках програми лояльності безкоштовно можна отримати класичний кавовий напій. Опісля, гість заповнює дані на звороті картки, які вносяться в базу даних кав'ярні, для накопичення бонусів у розмірі 3% від кожного замовлення.

В майбутньому заклад планує розширюватись до мережі кав'ярень, тим самим заполоняючи ринок послуг та кави.

Отже, визначивши правильну маркетингову стратегію, можна уникнути великих та непотрібних затрат, залучити широке коло споживачів та за максимально короткий час отримати окупність проекту та чистий прибуток.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Паска М. Теоретичні аспекти розвитку барної справи / Марія Паска, Катерина Потопа // Сучасні тенденції розвитку індустрії гостинності : зб. матеріалів наук.-практ. семінару (3 жовтня 2019 р., с. Гута). – Львів, 2020. – С. 56–57.

2. Радзімовська О. Аналіз діяльності мережі чеської пивоварні „Старгород" на ресторанному ринку Львова / О. Радзімовська, М. Паска, В. Холявка // Сучасні тенденції розвитку індустрії гостинності : зб. тез міжнар. наук.-практ. конф. – Львів : ЛДУФК імені Івана Боберського, 2020. – С. 106– 109.

3. Карпов А. Інноваційні способи приготування кавових напоїв / А. Карпов, М. Паска // Сучасні тенденції розвитку індустрії гостинності : зб. тез міжнар. наук.-практ. конф. – Львів : ЛДУФК імені Івана Боберського, 2020. – С. 155–157.

4. Карпова М. Капінг як спосіб органолептичної оцінки обсмаженого кавового зерна / М. Карпова, М. Паска // Сучасні тенденції розвитку індустрії гостинності : зб. тез міжнар. наук.-практ. конф. – Львів : ЛДУФК імені Івана Боберського, 2020. – С. 55–57.

5. Пророчук Ж.А., Журавлёва А. Роль програмного забезпечення в управлінні підприємством // Современные информационные технологи. 2010. №1. С.18–20

6. URL: https://www.cherk-consumer.gov.ua/hromadianam/upravlinnia-bezpechnosti-kharchovykh-produktiv/novyny-upravlinnia-bezpechnosti-harchovykh-produktiv/1157-yak-pratsyuvatime-sistema-nassr-u-kav-yarnyakh-restoranakh-ta-kioskakh-z-shaurmoyu.

Полінкевич О.М., *доктор економічних наук, професор,*
в.о. завідувача кафедри туризму та готельно-ресторанної справи,
Луцький національний технічний університет,
Луцьк, Україна

СУЧАСНА МОДЕЛЬ РОЗВИТКУ ГОТЕЛЬНОГО БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ

В умовах пандемії Covid-19 змінюються підходи до ведення бізнесу, особливо в готельній сфері. Вони вимагають переосмислення філософії ведення