

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



**ТУРИЗМ І ГОСТИННІСТЬ:  
СТАН, ПРОБЛЕМИ, ПЕРСПЕКТИВИ**

**До 20-річчя кафедри туризму і готельно-ресторанної справи**

*Матеріали VIII Міжнародної  
науково-практичної конференції*

*16 травня 2024 р., м. Черкаси*

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
Черкаський національний університет  
імені Богдана Хмельницького  
Черкаська обласна державна адміністрація;  
Університет Грінвіча (Велика Британія)  
Яський державний університет ім. А.Й Кузи (Румунія)  
Працький університетський коледж (Чехія)  
ISMA Вища школа менеджменту інформаційних систем (Латвія)  
Політехнічний університет Валенсії (Іспанія)  
Державний Університет ім. А. Руссо (Молдова)  
Вищий навчальний заклад Укоопспілки «Полтавський  
університет економіки і торгівлі»  
Уманський державний педагогічний університет  
імені Павла Тичини  
Центральноукраїнський національний технічний університет

# ТУРИЗМ І ГОСТИННІСТЬ: СТАН, ПРОБЛЕМИ, ПЕРСПЕКТИВИ

**До 20-річчя кафедри туризму і готельно-ресторанної  
справи**

*Матеріали VIII Міжнародної науково-практичної  
конференції*

*(16 травня 2024 р., м. Черкаси)*

Черкаси  
Видавець Юлія Чабаненко  
2024

УДК 338.48:33214

ББК 65.43

Т 88

*Рекомендовано до друку на засіданні Вченої ради  
Черкаського національного університету імені Богдана Хмельницького  
(протокол № 10 від 25 квітня 2024 року)*

Відповідальні за випуск Красномовець В. А., Пасєка С. Р.

**Т 88 Туризм і гостинність: стан, проблеми, перспективи** : матер. VIII Міжнар. наук.-практ. конф. (16 травня 2024 р., м. Черкаси). – Черкаси : Вид-ць Юлія Чабаненко, 2024. – 216 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, 2024

## **Секція 6. Аспекти конкурентоспроможності підприємств сфери гостинності**

<b><i>Босецька Н. Г.</i></b> Кав'ярня-запорука успіху	182
<b><i>Джога О. В.</i></b> Аналіз конкурентного середовища закладу ресторанного господарства	184
<b><i>Кирніс Н. І., Суржиков І. Ф.</i></b> Управління конкурентоспроможністю на підприємствах ресторанного господарства	187
<b><i>Нещадим Л. М.</i></b> Екологічна сертифікація як елемент управління якістю надання послуг в закладах розміщення	190
<b><i>Нікітіна Ю. О.</i></b> Корпоративна культура як важливий елемент культури обслуговування	193
<b><i>Петрунчак Д. В.</i></b> Інклюзія: адаптація ресторанних послуг для гостей з обмеженими можливостями	197
<b><i>Пісецький М. М.</i></b> Безпека підприємств готельної сфери як основний аспект конкурентоспроможності підприємств в умовах війни	199
<b><i>Узоровський В. М.</i></b> Екологічна безпека у роботі закладів швидкого харчування	204
<b><i>Шарінова Ю. С.</i></b> Вплив анімаційної діяльності на розвиток туристичної індустрії	207

## **Секція 7. Соціально-економічні вектори відновлення повоєнної України**

<b><i>Денисенко В. О., Опалько В. В.</i></b> Вплив глобалізації на сталий розвиток аграрного сектору	211
<b><i>Прощаликіна А. М., Герасименко О. М.</i></b> Перспективи зростання вітчизняного експорту продукції АПК	213

**Кирніс Н. І.**  
*к. е. н, старший викладач,*  
*Полтавський університет економіки і торгівлі*  
**Суржиков І. Ф.**  
*здобувач вищої освіти третього рівня,*  
*Полтавський університет економіки і торгівлі*

## **УПРАВЛІННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЮ НА ПІДПРИЄМСТВАХ РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА**

На ринку ресторанних послуг України функціонують тисячі підприємств ресторанного господарства. У всіх цих підприємств одна мета – отримання прибутку та задоволення потреб споживачів у харчуванні, відпочинку та дозвіллі [1]. Актуальність дослідження зумовлена тим, що управління конкурентоспроможністю на підприємствах ресторанного господарства є однією із самих важливих завдань служби маркетингу чи комерційної служби будь-якого підприємства. Конкурентоспроможність підприємства визначає місце підприємства всередині певного сегменту ринку.

Конкурентоспроможність підприємства залежить від потреб споживачів сьогодні та у майбутньому. Аналіз конкурентоспроможності підприємства дозволяє виділити його слабкі та сильні сторони і запропонувати комплекс заходів з усунення слабких сторін та розвиток сильних сторін.

Конкурентоспроможність – це переваги підприємства всередині та за межами країни всередині певної галузі. Конкурентоспроможність підприємства оцінюється всередині однієї галузі, серед підприємств даного кола, виключно, на підприємствах, які надають аналогічні послуги. Якість послуг виявляється в порівнянні підприємства у світовому масштабі чи масштабі країни. Одне підприємство в межах регіону може бути конкурентоспроможним, а в межах світового ринку чи його сегменту – ні. Ступінь конкурентоспроможності ґрунтується на виборі підприємства лідера в межах країни чи за її межами.

До чинників, які впливають на конкурентоспроможність підприємств ресторанного господарства відносяться зовнішні чинники та внутрішні. Зовнішніми чинниками є: внутрішня політика держави, податкова політика, демографічна ситуація, середовище та місце розміщення закладу, купівельна спроможність населення, пандемія коронавірусу, воєнна агресія росії, рівень інфляції, курс валют, розмір населеного пункту, вподобання гостей, конкуренти, постачальники та інші. До внутрішніх чинників відносяться чинники, які відображено на рис.1.

Одним із вагомих чинників, що впливають на задоволеність гостей у ресторанах, є меню. Розглянемо деякі з елементів меню ресторану, які спонукають людей повертатися:

– коротке меню : люди часто паралізують вибір, якщо стикаються з великим меню. Крім того, вони можуть подумати, що ви не забезпечуєте якість, якщо пропонуєте незліченну кількість страв із багатьох видів кухні. Тому необхідно запропонувати гостям коротке меню , яке можна прочитати з першого погляду, і зосередитися на вдосконаленні пунктів меню;

– меню з параметрами персоналізації: гості люблять параметри персоналізації, оскільки це дає їм можливість створити ідеальну страву для них. За допомогою програми для створення меню від Gloria Food можливо дозволити людям вибирати розміри своїх пунктів меню, а також додавати стільки начинок, скільки вони хочуть;

– меню з інформацією про алергени та харчову цінність : якщо ви хочете розширити список клієнтів, ви повинні обслуговувати людей, які страждають на харчову алергію або які обирають певну дієту. Використовуйте наш конструктор меню, щоб за лічені хвилини додати інформацію про алергени та поживну цінність у меню свого ресторану.

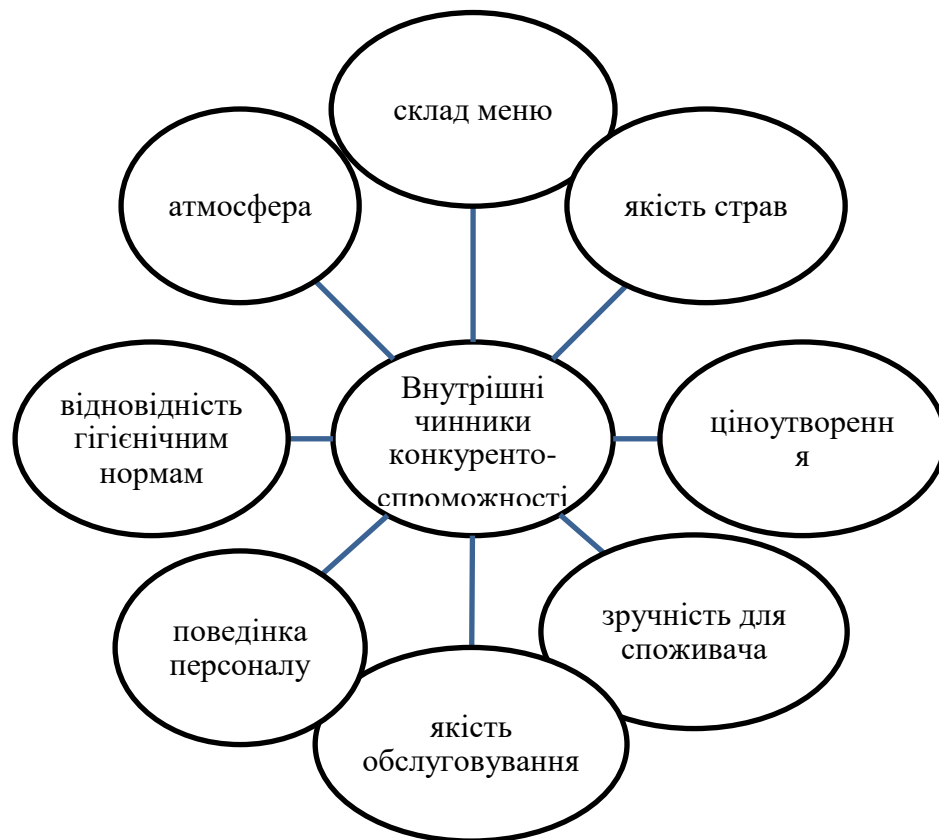


Рисунок 1 - Внутрішні чинники конкурентоспроможності підприємств ресторанного господарства

Якість страв, мабуть, є одним із найважливіших чинників, що впливають на задоволеність гостей у ресторанах. Гості можуть ігнорувати малий простір або

одноразову погану взаємодію, але якщо їжа не дуже смачна, вони не повернуться. Тому персоналу підприємства необхідно зосередитися на якісних інгредієнтах : смак інгредієнтів буде очевидним у кінцевій страві, тому подбайте про те, щоб вона була вишуканою. Надайте своїм працівникам якісні інструменти, обладнання необхідні для готування смачних страв.

Ціноутворення в меню є одним із очевидних чинників, що впливають на задоволеність гостей у ресторанах. Важко знайти рівновагу між тим, як встановити ціну на пункти меню, щоб отримати прибуток , і мати ціни, які постійні гості вважають справедливими.

Гігієна є одним із вирішальних чинників, що впливають на задоволеність гостей у ресторанах. Волосся в їжі чи брудний посуд не тільки гарантують, що гість ніколи не повернеться, але й збільшує ймовірність того, що він залишить негативний відгук . Тому, якщо ви хочете переконати гостей повернутися, встановіть суворі правила гігієни та переконайтеся, що співробітники їх дотримуються. Ці елементи завжди повинні бути бездоганними: чистий стіл, його слід дезінфікувати після кожного гостя, чистий посуд, гігієна персоналу, як того, хто спілкується з гостями, так і на кухні, чисті приміщення, такі як ванна кімната та раковини.

Якість обслуговування є важливим чинником конкурентоспроможності. В неї входить швидкість обслуговування, знання офіціантом меню, ввічливе ставлення до гостя, акуратний зовнішній вигляд. Поведінка персоналу має велике значення на формування відгуків гостей, тому персонал завжди повинен бути привітним та з гарним настроєм.

Піти поїсти – це вже не лише їжа, люди прагнуть отримати враження. Не дивно, що атмосфера є одним із чинників, які впливають на задоволеність гостей у ресторанах. Ось на що вам слід звернути увагу:

– освітлення : різне освітлення створює різну атмосферу. Наприклад, у ресторані швидкого харчування очікується потужне освітлення по всій стелі, а от у вишуканому закладі гості очікують багато маленьких світильників для романтичної атмосфери.

– звук : люди очікують почути музику у фоновому режимі, але це саме так і має залишатися. Ви керуєте рестораном, а не клубом, тому гості повинні мати можливість вести розмову, не кричачи під музику;

– декор : у цю епоху люди цінують ресторани з нестандартним декором, який можна використовувати як фон для своїх фотографій. Це також вигідно вам, оскільки вони позначатимуть ваше місце в публікаціях у соціальних мережах, заохочуючи інших відвідувати вас [2].

Отже, враховуючи головні чинники, які забезпечують конкурентоспроможність підприємств ресторанного господарства, необхідно розробити на підприємстві комплекс заходів із удосконалення діяльності в цьому напрямку, а також досліджувати перелічені чинники у роботі конкурентів.

*Бібліографічний список:*

1. Малюга Л.М., Загороднюк О.В. Конкурентоспроможність підприємств ресторанного бізнесу. Східна Європа: економіка, бізнес та управління. Вип. 2, 2020. С. 241-245. URL: [http://www.easterneurope-ebm.in.ua/journal/25\\_2020/37.pdf](http://www.easterneurope-ebm.in.ua/journal/25_2020/37.pdf) (дата звернення: 09.05.2024 р.).

2. 9 Factors Affecting Customer Satisfaction in Restaurants and How to Use Them to Increase Loyalty. URL: <https://www.restaurant-website-builder.com/factors-affecting-customer-satisfaction-in-restaurants> (дата звернення: 09.05.2024 р.).

**Нещадим Л. М.**

*к.екоп.наук, доцент*

*Уманський державний педагогічний університет  
імені Павла Тичини*

## **ЕКОЛОГІЧНА СЕРТИФІКАЦІЯ ЯК ЕЛЕМЕНТ УПРАВЛІННЯ ЯКІСТЮ НАДАННЯ ПОСЛУГ В ЗАКЛАДАХ РОЗМІЩЕННЯ**

Сертифікаціям в перекладі з латинської «*sertifico*» означає «підтверджую» або «свідчу». Тобто сертифікація є процесом, під час якого здійснюється оцінка відповідності об'єкта сертифікації конкретним вимогам стандарту. Екологічна сертифікація, як правило, здійснюється у відповідності до вимог Системи менеджменту навколишнього середовища. Мета такої процедури полягає у незалежній оцінці виробника задля надання впевненості всім зацікавленим сторонам, що об'єкт сертифікації дійсно відповідає екологічним критеріям [1, 4]. Результат екологічної сертифікації вважається об'єктивним та незалежним доказом відповідності або невідповідності підприємства індустрії гостинності встановленим екологічним вимогам. Потрібно зауважити, що підвищення інтересу до екологічної сертифікації пов'язано і з євроінтеграційним курсом України до ЄС, в рамках якого досягнення встановлених цілей в сфері екологічної стандартизації та сертифікації можливе лише за тісної співпраці з авторитетними міжнародними науково-технічними організаціями, профільними комітетами та ін. установами ЄС [2].

Варто окремо виділити Green Growth 2050 - це сертифікація, яка збирає понад 400 показників, пов'язаних з корпоративною соціальною відповідальністю та стійкістю. Ці показники поділяються на різні категорії, такі як: управління стійкістю, дотримання правових норм, практика праці, охорона здоров'я та безпека, права людини, сталий дизайн та будівництво, стійкі операції (найкращі практики), корупція, управління ресурсами та споживання природних ресурсів, викидів або відходів, поваги до біорізноманіття або прихильності до місцевої громади та її спадщини [2]. Всі системи сертифікації повинні бути адаптованими