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)
Празький 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 4. Управління у сфері гостинності

Chiseliov Lilia
Utilizarea marketingului ca funcție principală în gestionarea unei întreprinderi 143
Бондарєва К. І., Лазаренко Д. О.
Управління готельним господарством регіону 146
Бричук Ю. В., Непийвода А. Р.
Публічне адміністрування розвитку туризму на прикладі Уманської територіальної громади 148
Волощенко К. О.
Розвиток підприємництва в готельно- ресторанній сфері та шляхи його активізації 151
Гаража М. Ю., Месробян М. С.
Особливості управління бізнес-проєктами в галузі туризму 154
Дроботова М. В., Великий Н. Г.
Особливості маркетингових комунікацій у системі молодіжного туризму 156
Кирніс Н. І., Кунпан Т. С.
Управління сталим розвитком на підприємствах ресторанного господарства 158
Костишина Т. А.
Ефективність командної роботи в умовах сучасних викликів 160
Микуланинець С. І., Кампов Н. С.
Бізнес-процесний підхід до організації туристичної діяльності 163
Овдіюк О. М., Нестерчук І.К.
Особливості управління сфери туристичної індустрії в Україні 167
Черниш Д. О.
Управління персоналом готельно-ресторанного комплексу 169

Секція 5. Інфраструктура туризму

Мальська М. П., Манько А. М., Ардан Х. В.
Роль спортивних готелів у функціонуванні сучасної індустрії гостинності 172
Прищепа О. М.
Історичні аспекти розвитку активного туризму 176
П'янков М. М.
Екологічні практики підприємств сфери гостинності 179

Використовуючи актуальні комунікаційні канали та дотримуючись цих позицій, туристичні компанії можуть ефективно спілкуватися з молоддю та залучати їх до своїх продуктів та послуг.

Бібліографічний список:

1. Івченко Л. О., Грудецька Ю. А. Використання соціальних мереж для формування іміджу туристичного підприємства. *Молодий вчений*. 2020. № 1(2). С. 250-254. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/molv_2020_1(2)__33 (дата звернення: 02.05.2024).
2. Козловський Є.Особливості використання мобільних технологій і соціальних мереж у туристичній діяльності. *Культурологічна думка*. 2017. № 11. С. 240-246. URL:http://nbuv.gov.ua/UJRN/Kultdum_2017_11_27 (дата звернення: 02.05.2024).

Кирніс Н. І.
к. е. н, старший викладач,
Куннан Т. С.
здобувач вищої освіти третього рівня,
Полтавський університет економіки і торгівлі

УПРАВЛІННЯ СТАЛИМ РОЗВИТКОМ НА ПІДПРИЄМСТВАХ РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА

Згідно досліджень Д. Веттера, які було проведено у Європі, страви та напої від виробництва до споживання безпрецедентно впливають на клімат земної кулі. Більше третини — 34% — усіх антропогенних викидів парникових газів утворюються харчовими системами. Вони також показують, що їжа створює в середньому 2 тонни еквіваленту вуглекислого газу (CO_2) на людину щорічно [1].

Проблема парникових викидів відноситься до концепції Сталого розвитку, яка передбачає необхідність встановлення балансу між задоволенням сучасних потреб людства і захистом інтересів майбутніх поколінь, включаючи їх потребу в безпечному і здоровому довкіллі. Тому, сьогодні питання управління сталим розвитком на підприємствах ресторанного господарства є доволі актуальним.

Управління сталим розвитком на підприємствах ресторанного господарства повинно будуватися на наступних стратегіях: зменшення харчових відходів, зменшення використання води, впровадження енергозберігаючого обладнання, зменшення споживання електроенергії, підтримка комфортної температури, використання безпечної упаковки, компост, стійкість постачання сировини, використання місцевих інгредієнтів.

Механізм управління сталим розвитком на підприємствах ресторанного господарства має включати такі складові: оцінку процесів (виробничих, обслуговуючих, управлінських), які є на підприємстві з погляду сталого розвитку, вибору стратегічного напряму подальших дій, визначення додаткових пріоритетів, оцінку стратегій та розробку плану заходів, щодо удосконалення управління сталим розвитком згідно до визначених стратегій.

Завдяки розробці та впровадженню комплексу заходів щодо управління сталим розвитком, підприємства ресторанного господарства отримають ряд переваг:

- лояльності до бренду. Коли цінності вашого ресторану збігаються з вашими гостями, вони, швидше за все, повернуться на кілька секунд. Вони відчують, що їхні гроші сприяли позитивним змінам у світі, і це принесе більше задоволення та задоволення від їхньої прогулянки. Швидше за все, вони також поширять інформацію, що є однією з найпотужніших форм реклами.

- зростання клієнтської бази. Поділившись вашою стратегією сталого розвитку з громадськістю, люди відчують більше бажання принаймні спробувати ваш ресторан і щонайбільше стати лояльними споживачам. Ви також можете виявитися привабливим для ширшого кола людей, наприклад, якщо у вашому меню є ряд вегетаріанських і веганських страв.

- збільшення прибутку та відшкодування витрат. Зі збільшенням вашої клієнтської бази ви, природно, побачите, що прибуток вашого ресторану зростатиме. У той же час самі стійкі практики, такі як мінімізація відходів, допоможуть вам зменшити втрачені прибутки.

- залучення співробітників. Люди не лише хочуть витрачати свої гроші екологічно, але й заробляти їх екологічно. Наявність сильної соціальної свідомості може значно підвищити моральний дух, мотивацію та утримання персоналу, оскільки вони будуть відчувати гордість, що їхня робота сприяє позитивній справі. Це також може зробити їх більш відданими вашому бренду. Навіть якщо вони врешті-решт підуть працювати в інше місце, вони, швидше за все, повернуться як клієнти.

- покращена обізнаність. Незважаючи на те, що сьогодні в засобах масової інформації наголошується на поштовх до сталого розвитку, деякі люди не знають фактів і не знають, як зробити реальні зміни. Ваші методи сталого розвитку можуть стати позитивним і надихаючим прикладом для тих, хто не впевнений, з чого почати і чому це важливе питання. Навіть чогось такого простого, як включення фактів у меню, достатньо, щоб змусити людей задуматися.

- удосконалене меню. Говорячи про меню, екологічне джерело їжі може фактично призвести до набагато більш вишуканого, різноманітного та високоякісного меню. Удосконалення інгредієнтів може коштувати трохи більше, але, як ми дізналися раніше, клієнти більш ніж готові платити за екологічно чисті страви.

- удосконалення ланцюга постачання. Одна з стратегій сталого розвитку передбачає скорочення ланцюжка поставок, щоб зменшити вуглецевий слід. Це не тільки може зробити мережу більш видимою та допоможе запобігти шахрайству з продуктами харчування (що може серйозно втрачати ваш бізнес), але також сприйме багато клієнтів, які хочуть підтримати місцеві підприємства та громади. Це також може покращити якість інгредієнтів. Це, у свою чергу, може залишити відвідувачів ще більше задоволеними їжею та з більшою ймовірністю рекомендуватиме та повертатиметься [2].

Отже, управління сталим розвитком на підприємствах ресторанного господарства є важливим етапом у збереженні навколишнього середовища та підвищення конкурентоспроможності на ринку ресторанних послуг.

Бібліографічний список:

1. Д. Веттер Наскільки наша їжа сприяє глобальному потеплінню? Нове дослідження розкриває все. URL: https://www.forbes.com/sites/davidrvetter /2021/03/10/how-much-does-our-food-contribute-to-global-warming-new-research-reveals-all/?sh=356a221427d7 (дата звернення: 08.05.2024 р.).

2. Liz Burton-Hughes How to Improve Sustainability in Restaurants? URL: https://www.highspeedtraining.co.uk/hub/improve-sustainability-in-restaurants/ (дата звернення: 08.05.2024 р.).

Костишина Т.А.,
д.е.н., професор, завідувачка кафедри
управління персоналом, економіки праці та економічної теорії
Полтавського університету економіки і торгівлі

ЕФЕКТИВНІСТЬ КОМАНДНОЇ РОБОТИ В УМОВАХ СУЧАСНИХ ВИКЛИКІВ

Видатний менеджер XX ст. Лі Якока визначив, що персонал підприємства як футбольна команда: люди повинні грати як єдина команда, а не сукупність яскравих особистостей.

В умовах сучасних викликів ефективність командної роботи формується за рахунок:

- наявності спільного бачення
- рольового та функціонального позиціонування
- здатності швидко реагувати на зміни
- почуття приналежності до команди