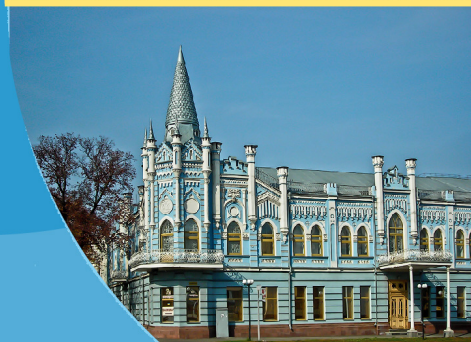
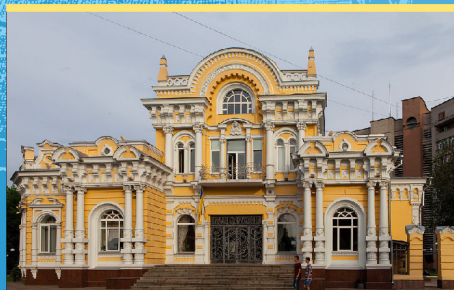


Міністерство освіти і науки України
Черкаський національний університет імені Богдана Хмельницького
Навчально-науковий інститут економіки і права
Кафедра туризму і готельно-ресторанної справи

ТУРИЗМ І ГОСТИННІСТЬ: ВЧОРА, СЬОГОДНІ, ЗАВТРА

Матеріали III Міжнародної
науково-практичної конференції
(12–13 жовтня 2016 р., м. Черкаси)



Черкаський національний університет імені Богдана Хмельницького (Україна)
Черкаська обласна державна адміністрація (Україна)
Бельський державний університет імені Алека Руссо (Молдова)
Вищий навчальний заклад Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі» (Україна)
Гомельський державний університет імені Франциска Скорини (Білорусь)
Європейський університет Відріна (Німеччина)
Інститут економіки Академії наук Республіки Узбекистан (м. Ташкент, Узбекистан)
Історичний архів з туризму (Німеччина)
Київський національний університет імені Тараса Шевченка (Україна)
Кіровоградський національний технічний університет (Україна)
Поліський державний університет (Білорусь)
Уманський національний університет садівництва (Україна)
Університет Марії Кюрі-Склядовської (Польща)
Всеукраїнська громадська організація «Туристична палата України»
Туристична асоціація України
Українське географічне товариство
Газета «Красназнавство. Географія. Туризм»

ТУРИЗМ І ГОСТИННІСТЬ: ВЧОРА, СЬОГОДНІ, ЗАВТРА

***Матеріали III Міжнародної
науково-практичної конференції***

(12–13 жовтня 2016 р., м. Черкаси)

Черкаси
О.М. Третьяков
2016

УДК 338.48:33214
ББК 65.43
Т 88

Відповідальні за випуск
Пасєка С.Р., Новикова В.І.

Туризм і гостинність: вчора, сьогодні, завтра : матер.
Т 88 III Міжнар. наук.-практ. конф. (12–13 жовтня 2016 р.,
м. Черкаси). – Черкаси : О.М. Третяков, 2016. – 264 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, особливостям видів туристської діяльності, ресурсно-рекреаційному потенціалу територій.

*Рекомендовано до друку на засіданні
Вченої ради Черкаського національного університету
імені Богдана Хмельницького (протокол № 8 від 23.06.2016 р.)*

© Черкаський національний університет
імені Богдана Хмельницького, 2016

ISBN 978-617-7318-30-8

ЗМІСТ

Секція 1. Туризм і гостинність: теорія і практика	
<i>Бейдик О.О., Новикова В.І.</i> Підходи до класифікації рекреаційних ресурсів	7
<i>Гладкий О.В.</i> Сутність та теоретичні засади формування міського туризму	14
<i>Захарченко Ю.І.</i> Світовий досвід використання інновацій в готельному та ресторанному бізнесі	17
<i>Капліна Т.В., Столярчук В.М.</i> Аспекти наукового пізнання готельного господарства	19
<i>Карпенко П.О.</i> Сучасні вимоги щодо побудови раціонів оздоровчого харчування	22
<i>Костюкова О.М.</i> Історіографія екскурсійної справи 20-х років XX ст. в Україні – важлива складова екскурсології	25
<i>Литовченко І.В., Науменко О.В.</i> Екскурсійна наука як методико-теоретична основа туризму	29
<i>Нагернюк Д.В.</i> Основні вимоги щодо здійснення туристичного супроводу	32
<i>Назаренко Н.В.</i> Проблеми організації харчування дітей шкільного віку у м. Черкаси	34
<i>Непочащенко В.О.</i> Сутність ринкового продукту готельно-ресторанної галузі	36
<i>Пасєка С.Р.</i> Наукові підходи та принципи дослідження у туризмології	40
<i>Сакун Л.М., Рижак А.І.</i> Прикладні аспекти розвитку анімаційної діяльності у готельних підприємствах	42
<i>Spode H. (Шноде Х.)</i> Genesis and Structure of Tourism Science: An Introduction (Генеза та структура туризмознавства: вступ)	45
Секція 2. Маркетинг і менеджмент у сфері туризму і гостинності	
<i>Зілінський О.В.</i> Можливості Інтернет-технологій в туристичному маркетингу	51
<i>Івченко А.О.</i> Маркетингові комунікації в туризмі	54
<i>Кошова Б.Р.</i> Веб-сайт як елемент, формуючий імідж підприємств ресторанної справи	57
<i>Кудла Н.Є., Ялінік М.</i> Соціально-економічна характеристика гостей агротуристичних господарств	60
<i>Пасєка А.С.</i> Маркетингове регулювання українського ринку праці як потреба сьогодення	64
<i>Сисоліна Н.П., Бугайова М.В.</i> Удосконалення ефективності управління в туристичному бізнесі (на прикладі Кіровоградського регіону)	67
<i>Смирнов І.Г.</i> Логістичний та маркетинговий чинники у сталому розвитку сільського туризму	70

1. Барикін А.Н. Вирішення динамічних задач інноваційного розвитку комерційних організацій / А.Н. Барикін // Менеджмент інновацій. – 2010. – № 1. – С. 13–39.
2. Закон України «Про інноваційну діяльність» № 40 від 04.07.2002 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : www.zakon.rada.gov.ua.
3. ProHotelia. Готельні і ресторани бізнес. Вся інформація. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://prohotelia.com.ua/>.

Капліна Т.В., Столярчук В.М.,
Вищий навчальний заклад Укоопспілки
«Полтавський університет економіки і торгівлі»

АСПЕКТИ НАУКОВОГО ПІЗНАННЯ ГОТЕЛЬНОГО ГОСПОДАРСТВА

Постановка проблеми. Нині в Україні відбуваються процеси трансформації економіки, які охоплюють і готельне господарство. Вони супроводжуються проявою низки негативних і позитивних чинників, які потребують рішення як на макро- так і мікрорівнях.

Аналіз останніх досліджень. Останні публікації свідчать про активізацію сфери туристичних послуг, у т. ч. і готельних [1–3]. Разом із цим відмічається низький рівень якості послуг вітчизняної готельної індустрії та її невідповідність світовим стандартам. За таких умов знижується конкурентоздатність підприємств готельного господарства, а в окремих випадках це призводить до занепаду галузі. Разом із тим для багатьох вітчизняних підприємств спостерігається поступове зниження інноваційної діяльності [4]. Ці фактори обумовлюють загрози катастрофічного уповільнення темпів економічного розвитку та втрати конкурентних позицій на внутрішніх і зовнішніх ринках. Отже, виникає необхідність розвитку як окремих готельних підприємств, так і готельної галузі з метою завоювання та утримування достойної ніші на сучасному ринку.

Метою написання статті є дослідження готельного господарства з точки зору наукового пізнання.

Виклад основного матеріалу. Аналізуючи стан сучасної готельної індустрії, нами виявлено, що її формування базується на прикладних аспектах сприйняття [5]. Цю ситуацію обумовлює вивчення вузького переліку певних прикладних проблем. При цьому не враховується використання методології наукових досліджень готельної індустрії.

«Готельну індустрію» на сьогодні розглядають із трьох позицій: – як практичну діяльність, спрямовану на задоволення потреб людини у сфері готельних послуг;

- як освітню діяльність і сукупність певних дисциплін і програм, спрямованих на підготовку фахівця для роботи в готельному бізнесі;
- як сферу наукового пізнання, яка оперує власним категорійним апаратом, ґрунтується на системі підходів, принципів, закономірностей і яка забезпечує сукупність методів досліджень.

Незважаючи на те, що готельні послуги надаються не одне століття, й нині відбувається значна активізація цієї сфери господарювання, учені та практики приділяють увагу здебільшого першим двом вищезазначеним складовим. У результаті визначення статусу «готельної індустрії» як науки відбувається занадто повільно. Обумовлено це тим, що її розглядають здебільшого як прикладну діяльність, яка спрямована на вирішення певних проблем у сфері послуг. А, отже, зазвичай не звертають уваги на необхідність використання та подальшого удосконалення методології готельної індустрії.

На нашу думку, саме недооцінка важливості прийняття до уваги наукової основи розвитку готельної індустрії й призвела до низької якості послуг і незадовільної ефективності діяльності у цій сфері. Як результат таких процесів – низька конкурентоздатність.

На перший погляд, виникає питання: чи доцільно готельному сервісу, який вивчає певні більш вузькі проблеми у сфері послуг, виокремлюватися в самостійний науковий напрям і розробляти власні наукові теорії. Як відповідь на нього ми вбачаємо той факт, що в готельній сфері існує й ціла низка власних галузевих проблем. Саме вони й не попадають у поле зору інших наук, а отже й вивчаються недостатньо та залишаються невирішеними. Це зумовлює відставання готельної індустрії в розвитку, порівняно з іншими галузями.

Так результати наших досліджень показали, що в готельній індустрії існує значна кількість явищ і процесів, які не вивчаються іншими науковими сферами, й нетотожних їх власним проблемам. Наприклад, більшість готелів надають харчування як основну послугу. Проте технологія харчових продуктів як наука не може забезпечити вирішення проблем, пов'язаних саме з наданням готельних послуг цими підприємствами. Рівнозначно, як і з іншого боку, незважаючи на те, що готелі є засобами для розміщення туристів, науки, які забезпечують методологію пізнання у цій сфері, також не вирішують багатьох суто «готельних» проблем. Сама ж сервісна діяльність як наука охоплює всю сферу послуг і не фокусується на галузевих проблемах «готельної індустрії».

Крім цього існує також і низка чинників, які значно ускладнюють розробку методології готельної індустрії, порівняно з

іншими науками. Одним із них є те, що предметом досліджень виступають послуги. Вони як і товари є лише певними категоріями продукції. Проте, послуги, не маючи матеріального вираження, значно складніше піддаються визначенню та оцінці. Це ускладнює розробку методологічної бази та унеможливорює використання уже існуючої в споріднених науках. Так, наприклад, стосовно ресторанного господарства, виокремлюють дві складові: виробництво харчових продуктів і надання послуг, пов'язаних із обслуговуванням при її реалізації та споживанні. Це надає можливість виділяти окремий науковий напрям – технологія харчових продуктів, який протягом тривалого часу уже напрацював солідну методологічну базу. У готельній індустрії процеси ж виробництва продукції (послуг) і їх надання споживачу протікають одночасно, як єдине ціле. Тому втрачається момент врахування наукового обґрунтування технології готельного сервісу.

Висновки. Завоювання відповідної частки на сучасному ринку та витримування конкуренції зі сторони інших сфер господарювання потребує привнесения в розвиток готельної індустрії наукового вектору. Для подальшого розвитку галузі як сфера наукового пізнання виникає потреба в детальній розробці власного категорійного апарату та наукового обґрунтування з урахуванням системи підходів, принципів, закономірностей і забезпечення методами дослідження. Разом із цим готельна індустрія повинна враховувати прикладний характер досліджень.

1. Лопушенко К.І. Управління якістю в туризмі / К.І. Лопушенко, С.Р. Пасека // Туризм і гостинність в Україні: стан, проблеми, тенденції, перспективи розвитку : матер. II Міжнар. наук.-практ. конф. (16–17 жовтня 2014 р., м. Черкаси). – Черкаси : Брама-Україна, 2014. – С. 90–94.
2. Кучин С.П. Особливості та перспективи розвитку сфери послуг в Україні / С.П. Кучин, Н.В. Сарматичська // Економіка та управління національним господарством. – 2011. – № 3 (15). – С. 43–46.
3. Чепурда Л.М. Аналіз розвитку галузі туризму в Україні в 2015 році / Л.М. Чепурда // Туристичний та готельно-ресторанний бізнес в Україні: проблеми розвитку та регулювання : матер. VII Міжнар. наук.-практ. конф. (24–25 березня 2016 р., м. Черкаси). – Т. 1. – Черкаси : Чабаненко Ю.А., 2016. – С. 4–6.
4. Збаржевська Л.Д. Інноваційна складова розвитку вітчизняних підприємств: аналіз ключових тенденцій / Л.Д. Збаржевська // Туризм і гостинність в Україні: стан, проблеми, тенденції, перспективи розвитку : матер. II Міжнар. наук.-практ. конф. (16–17 жовтня 2014 р., м. Черкаси). – Черкаси : Брама-Україна, 2014. – С. 117–121.
5. Столярчук В.Н. Стратегическое планирование развития гостинично-ресторанного бизнеса / В.Н. Столярчук // Технологический аудит и резервы производства. – 2014. – № 6/4 (20). – С. 34–36.
