



POLTAVA UNIVERSITY OF  
ECONOMICS AND TRADE

# НАУКА І МОЛОДЬ У ХХІ СТОРІЧЧІ

**ЗБІРНИК МАТЕРІАЛІВ**

X Міжнародної молодіжної  
науково-практичної інтернет-конференції

*(м. Полтава, 28 листопада 2024 року)*



**Полтава  
2025**

**ПОЛТАВСЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ ЕКОНОМІКИ І ТОРГІВЛІ (ПУЕТ)**

# **НАУКА І МОЛОДЬ У ХХІ СТОРІЧЧІ**

**ЗБІРНИК МАТЕРІАЛІВ**

**X Міжнародної молодіжної  
науково-практичної інтернет-конференції**

*(м. Полтава, 28 листопада 2024 року)*

**Полтава  
ПУЕТ  
2025**

УДК 001:378-053.6(082)

НЗ4

Друкується відповідно до Наказу по університету № 180-Н від 10 вересня 2024 року.

*Розповсюдження та тиражування без офіційного дозволу ПУЕТ заборонено.*

### **Організаційний комітет конференції**

**Н. С. Педченко**, голова організаційного комітету, д-р екон. наук, професор, перший проректор ПУЕТ;

**Н. І. Манжура**, заступник голови організаційного комітету, завідувач науково-організаційного відділу ПУЕТ;

**С. В. Гаркуша**, д-р техн. наук, професор, в. о. директора Навчально-наукового інституту міжнародної освіти ПУЕТ;

**Т. П. Гудзь**, д-р екон. наук, професор, директор Навчально-наукового центру підготовки кадрів вищої кваліфікації ПУЕТ;

**Ю. В. Перегуда**, директор Міжнародного науково-освітнього центру;

**А. С. Каченко**, канд. техн. наук, доцент, директор Навчально-наукового інституту денної освіти ПУЕТ;

**В. Л. Шимановська**, директор Навчально-наукового інституту заочно-дистанційного навчання ПУЕТ.

### **Редакційна колегія**

Головний редактор – **О. О. Нестуля**, д-р іст. наук, професор, ректор ПУЕТ.

Заступник головного редактора – **Н. С. Педченко**, д-р екон. наук, професор, перший проректор ПУЕТ.

Відповідальний секретар – **Н. І. Манжура**, завідувач науково-організаційного відділу ПУЕТ.

Відповідальний редактор – **Л. М. Діденко**, в.о. директора Центру інформаційного забезпечення освітнього процесу ПУЕТ.

**Наука і молодь у XXI сторіччі: збірник матеріалів**  
НЗ4 Х Міжнародної молодіжної науково-практичної інтернет-конференції (м. Полтава, 28 листопада 2024 року). – Полтава : ПУЕТ, 2025. – 1127 с. – 1 електрон. опт. диск (CD-ROM). – Текст укр., англ. мовами.

ISBN 978-966-184-478-9

У збірнику представлено тези учасників Міжнародної молодіжної науково-практичної інтернет-конференції «Наука і молодь у XXI сторіччі» за тематичними напрямками: «Біотехнології та біоінженерія», «Готельно-ресторанна та курортна справа», «Економіка», «Комп'ютерні науки», «Маркетинг», «Менеджмент», «Міжнародні економічні відносини», «Облік і оподаткування», «Освітні, педагогічні науки», «Особистий розвиток і лідерство», «Патріотичне виховання в сучасному педагогічному процесі як складова національної безпеки незалежної України», «Підприємництво та торгівля», «Право», «Публічне управління та адміністрування», «Туризм і рекреація», «Філологія», «Фінанси, банківська справа, страхування та фондовий ринок», «Харчові технології», «Якість вищої освіти: проблеми, виклики перспективи»

УДК 001:378-053.6(082)

*Матеріали друкуються в авторській редакції мовами оригіналів.  
За виклад, зміст і достовірність матеріалів відповідальні автори.*

ISBN 978-966-184-478-9

© Полтавський університет економіки і торгівлі, 2025

## ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ГОТЕЛЬНОГО ПІДПРИЄМСТВА

*А. М. Солдатова, спеціальність Готельно-ресторанна справа, група ГРСм-21*

*Н. В. Рогова, канд.техн.наук, доцент, доцент кафедри готельно-ресторанної та курортної справи  
Полтавський університет економіки і торгівлі*

Підвищення конкурентоспроможності готельного підприємства є важливим аспектом для його стабільного розвитку та довгострокового успіху на ринку готельних послуг. У сучасних умовах, коли конкуренція в галузі гостинності стає все більш жорсткою, готелі повинні знаходити ефективні стратегії для залучення нових клієнтів, утримання лояльних гостей та підвищення якості своїх послуг [1].

Готель має надавати персоналізовані послуги, враховуючи індивідуальні уподобання клієнтів. Наприклад, використання систем лояльності та збору даних про клієнтів дозволяє пропонувати спеціальні пропозиції або знижки на основі їхніх попередніх відвідувань. Навчання та розвиток персоналу є ключовими для підвищення рівня сервісу. Регулярні тренінги, розвиток навичок комунікації та стресостійкості допомагають персоналу ефективно взаємодіяти з гостями.

Упровадження цифрових технологій, таких як мобільні додатки для бронювання номерів, безконтактний check-in, інтерфейси для зв'язку з персоналом через смартфони, а також системи автоматизації для управління номерним фондом і сервісами. Встановлення інтелектуальних систем управління кімнатами (регулювання температури, освітлення, медіа-ресурсів через мобільні пристрої) підвищує комфорт та зручність гостей, що сприяє їх лояльності [2].

Готелі можуть пропонувати додаткові послуги, такі як організація екскурсій, трансферів, спортивних заходів або SPA-послуг, щоб збільшити залучення клієнтів і підвищити їхній комфорт. Розробка спеціальних пакетів для різних сегментів клієнтів (сімей, молодят, бізнесменів, туристів тощо). Наприклад, пакет «вихідні дні» або «для молодят» може включати номери з додатковими зручностями або послугами.

Важливо розвивати унікальну пропозицію, яка відрізнятиме готель від конкурентів. Це може бути характерний стиль

інтер'єру, унікальні послуги або спеціалізація (наприклад, еко-готель або готель для бізнесменів). Використання соціальних мереж, контент-маркетингу, платних рекламних кампаній та співпраці з інфлюенсерами або блогерами дозволяє залучити більше клієнтів, особливо серед молодшої аудиторії.

Ремонт і оновлення інтер'єрів номерів, використання новітніх матеріалів і технологій для створення зручного та комфортного простору для відпочинку. Встановлення сучасних систем безпеки, таких як камери відеоспостереження, безконтактні замки, посилення кібербезпеки для захисту даних клієнтів.

Упровадження сталих практик, таких як зменшення споживання води і енергії, сортування сміття, використання екологічно чистих продуктів і матеріалів. Це може привернути екологічно свідомих клієнтів. Підтримка локальних ініціатив, співпраця з місцевими виробниками та організаціями може допомогти побудувати позитивний імідж та сприяти розвитку місцевої економіки.

Використання сучасних технологій для впровадження гнучкої ціноутворювальної стратегії, яка враховує сезонні коливання попиту та особливості ринку. Це дозволяє максимізувати дохід при високому попиті та залучити більше клієнтів під час низького сезону.

Постійний моніторинг конкурентів та аналіз ринку дозволяє швидко реагувати на зміни в попиті і пропозиції, оптимізувати бізнес-процеси та удосконалювати стратегії.

Підвищення конкурентоспроможності готельного підприємства вимагає комплексного підходу, який охоплює як інноваційні технології, так і управлінські та маркетингові стратегії. Важливо створювати конкурентні переваги, зберігати гнучкість у відповіді на зміни ринку, і зосереджувати увагу на потребах клієнтів. Тільки так можна забезпечити успішну діяльність готелю в умовах жорсткої конкуренції [3].

### **Список використаних джерел**

1. Охота В. І. Шляхи підвищення конкурентоспроможності підприємств готельної індустрії. Інвестиції: практика та досвід / В. І. Охота. Київ : 2017. № 5. С. 46–49.
2. Давидюк Ю. В. Конкурентоспроможність підприємств готельного бізнесу: стратегічні підходи. Тези Всеукр. наук.-практ. конф.

аспірантів, молодих учених та студентів, присвяченої Дню науки (травень 2017 р.). Житомир : ЖДТУ, 2017. Т. 2.

3. Балацька Н. Ю. Імідж як фактор конкурентоспроможності готельного підприємства / Н. Ю. Балацька, Д. М. Кушнір. «Молодий вчений». 2016. № 11 (38). С. 551–553.

## **ВПЛИВ АВТОМАТИЗАЦІЇ НА ЯКІСТЬ ПРОДУКЦІЇ В ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОМУ БІЗНЕСІ**

*А. В. Філіпповський, спеціальність Готельно-ресторанна справа, група ГРСб-32*

*Н. В. Рогова, канд. техн. наук, доцент завідувач кафедри готельно-ресторанної та курортної справи  
Полтавський університет економіки і торгівлі*

Автоматизація процесів у готельно-ресторанному бізнесі стала важливим чинником для підвищення стандартів якості і зменшення людських помилок. З розвитком технологій і збільшенням попиту на високоякісні послуги, автоматизація допомагає підприємствам забезпечити стабільність і ефективність роботи. Ця теза досліджує, як автоматизація впливає на якість продукції та обслуговування в готельно-ресторанному секторі.

### *1. Роль автоматизації в підвищенні якості продукції*

Автоматизація дозволяє покращити якість продукції шляхом забезпечення більш точного і стандартизованого процесу приготування їжі та обслуговування гостей. Ось кілька ключових аспектів:

Точність приготування їжі: Системи автоматизації кухні, такі як розумні печі та плити, забезпечують точний контроль температури та часу приготування. Це зменшує ймовірність помилок і покращує смакові якості страв.

Стандартизація рецептів: Автоматизовані рецептурні системи забезпечують точність у дотриманні рецептів, що дозволяє підтримувати однаковий рівень якості страв при кожному приготуванні.

Управління запасами: Автоматизовані системи управління запасами допомагають своєчасно поповнювати запаси і уникати нестачі або надлишку продуктів, що також впливає на якість продукції.

### *2. Зменшення людських помилок*

Людський фактор часто є причиною помилок у процесі приготування їжі та обслуговування гостей. Автоматизація допомагає зменшити ці помилки через: