



Міністерство освіти і науки України
Київський національний торговельно-економічний університет
Факультет ресторанно-готельного та туристичного бізнесу

ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННИЙ ТА ТУРИСТИЧНИЙ БІЗНЕС: РЕАЛІЇ І ПЕРСПЕКТИВИ

ТЕЗИ ДОПОВІДЕЙ
VII Всеукраїнської студентської наукової конференції

(Київ, 18 березня 2021 року)



Київ 2021

**Міністерство освіти і науки України
Київський національний торговельно-економічний
університет
Факультет ресторанно-готельного
та туристичного бізнесу**

**ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННИЙ
ТА ТУРИСТИЧНИЙ БІЗНЕС:
РЕАЛІЇ І ПЕРСПЕКТИВИ**

**ТЕЗИ ДОПОВІДЕЙ
VII ВСЕУКРАЇНСЬКОЇ СТУДЕНТСЬКОЇ
НАУКОВОЇ КОНФЕРЕНЦІЇ**

(Київ, 18 березня 2021 року)

Київ 2021

**Розповсюдження та тиражування без офіційного дозволу КНТЕУ
заборонено**

УДК 338.48
Г 73

**Готельно-ресторанний та туристичний бізнес: реалії
Г 73 і перспективи [Електронне видання]: тези доповідей VII Всеукр.
студ. наук. конф. (Київ, 18 березня 2021 р.) / відп. ред.
А. А. Мазаракі. – Київ : Київ. нац. торг.-екон. у-т, 2021. –
538 с. – Укр. та англ. мовами.
ISBN 978-966-918-004-9
DOI: <http://doi.org/10.31617/k.knute.2021-03-18>**

Розглядаються питання новітніх тенденцій у сфері готельно-ресторанного та туристичного бізнесу, інновінгу у туризмі, ресторанный технології та сервіс, крафтові технології, архітектура та дизайн, спортивний менеджмент та рекреація.

Редакційна колегія не несе відповідальність за достовірність статистичної та іншої інформації, що представлена в рукописах.

Редакційна колегія: А. А. Мазаракі (відп. ред.), ректор, д.е.н., проф.; С. В. Мельниченко, проректор з наукової роботи, д.е.н., проф.; Н. І. Ведмідь, декан факультету ресторано-готельного та туристичного бізнесу д.е.н., проф.; М. Г. Бойко, завідувач кафедри готельно-ресторанного бізнесу, д.е.н., проф.; Т. І. Ткаченко, завідувач кафедри туризму та рекреації, д.е.н., проф.; Д. В. Федорова, завідувач кафедри технології та організації ресторанного господарства, д.т.н., проф.; Р. А. Расулов, завідувач кафедри інженерно-технічних дисциплін, к.т.н., доц.; В. Г. Гамов, завідувач кафедри фізичної культури.

Відповідальний за випуск О. О. Васильєва, заст. декана факультету ресторано-готельного та туристичного бізнесу, к.т.н., доц.

ISBN 978-966-918-004-9

© Київський національний торговельно-економічний університет, 2021

ЗМІСТ

HOReCa: НОВІТНІ ТЕНДЕНЦІЇ

Авраменко І. В. Світовий ринок хостелів у період пандемії.....	20
Андріященко К. В. Мотиваційні аспекти HR менеджменту	21
Анголюк М.А. Ресторанний бізнес в Україні та світі.....	24
Антонюк Ю. О. Тренди у сфері HoReCa	27
Афанасьєва Ю. П. Мотиваційна політика у ресторанному бізнесі	28
Бондар Я. Г. Мотивація персоналу суб'єкта готельно-ресторанного бізнесу.....	30
Бондар Я. Г. Моделі корпоративного управління суб'єктів гостинності.....	32
Бородавко Є. Д. Покоління Z: клієнтоорієнтованість готельних послуг.....	36
Вадовська Є.С. Системи «віртуальної реальності» в готельних закладах	39
Ващишин В. А. Готельне господарство міста Чернівці.....	41
Галушкін І. П. Адаптація готельно-ресторанного бізнесу до реалій пандемії COVID-19	43
Гоженко О. Організація готельно-ресторанного бізнесу	46
Гречишкіна А. С. Стратегія виживання готельно-ресторанного бізнесу	48
Гурова К. В. Маркетинг HoReCa 2021	50

Дзюбата М. В.	
Розвиток готельного бізнесу Львівської області	52
Доліновська М. В.	
Технології «Розумний номер»: світовий досвід.....	54
Дячук Д. К.	
Маркетинг HoReCa	56
Засіменко С. С.	
Інтегрована система менеджменту сфери гостинності	58
Засіменко С.С.	
Системи професійного навчання у сфері гостинності	60
Зверєва В. В.	
Цифровізація ресторанного бізнесу в умовах пандемії	62
Захарченко А. В.	
Посткоронавірусна стратегія готельного бізнесу	64
Зелепухіна А. С.	
Фізіотерапія: інноваційні послуги санаторно-курортних закладів.....	66
Іванова Ю. І.	
Європейський ринок хостелів.....	68
Іджилова А., Бошняк О.	
Автоматизація підприємств ресторанного господарства.....	71
Карлін А. С.	
Розвиток гольф-індустрії в Україні	73
Катеринчук С. С.	
Система управління маркетинговою діяльністю: оптимізація процесу	75
Колосова Н. П.	
Моделі міжнародного брендингу в готельному бізнесі	78
Корж Т. А.	
Просування готельних послуг: робота з блогерами	80
Корж Я. О.	
HR-менеджмент конфліктних ситуацій	82
Костенко П. А.	
Ресторанні технології та сервіс.....	83

Гоженко О.,
Харківський національний економічний університет
ім. Семена Кузнеця, м. Харків
Науковий керівник
Тимошенко К. В.,
канд. екон. наук, доц.

ОРГАНІЗАЦІЯ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ

Готельно-ресторанний бізнес – це актуальна галузь у наші часи, що має високий рівень конкуренції, та сфера, головною метою якої є максимальне задоволення потреб споживачів, задоволення різноманітних побутових, культурних чи господарських запитів гостей та забезпечення вищого рівню комфорту.

Через надзвичайно високий рівень конкуренції не всі спроможні залишатися на ринку праці в цій сфері, бо організація такого бізнесу потребує дотримання правил та законів [1].

По-перше, готель чи ресторан зобов'язаний пильно обирати персонал, що вже має певну професійну підготовку та пройшов медичне обстеження, результати якого зафіксовані в особових медичних книжках.

По-друге, усе матеріально-технічне обладнання та послуги повинні відповідати стандартам та іншим нормативно-правовим документам.

По-третє, середовище в закладі має відповідати усім нормам, завдяки яким клієнт отримає максимальне задоволення своїх потреб та інтересів.

При таких умовах бізнес зможе існувати та розвиватися, бо кожна сфера послуг зорієнтована на повернення клієнтів до свого закладу та здобування авторитету серед гостей.

Та для протистояння великій конкуренції потрібно не лише знати структуру й особливості створення, а й вивчати нові тенденції, інтереси та потреби клієнтів, що з часом змінюються. Та навіть інколи цього може бути недостатньо. Сучасна ситуація потребувала швидкого пристосування до пандемічних умов. Кожен заклад повинен дотримуватися їх та знаходити вирішення проблем.

Однією з таких проблем в сфері ресторанів стала можливість надавати свої послуги лише в певних умовах, тобто на виніс. Деякі ресторани уникнули цієї проблеми через вже можливу доставку їжі, іншим довелося запровадити її чи почати співпрацю з іншими програмами надання послуг. Такими стали «Rocket» та «Glovo», що набрали велику популярність у недавні часи.

Чи проблема в галузі готельного бізнесу, при якій зникла зацікавленість та потреба людей в їх послугах. Через що довелося докладати більше зусиль аби зацікавити клієнтів.

Саме такі проблеми стали актуальними у наш час, рішення яких потребувало швидкість та кмітливість.

Тобто можна зрозуміти, що готельно-ресторанний бізнес – це складна система, при якій складно знаходити стабільність та можливість подальшого розвитку, дотримувались лише усім відомим правилам та законів. Сфера послуг завжди потребує вміння пристосовуватися до будь-яких ситуацій та подій [2].

Та зараз набирають популярності заклади, які відокремлюються від звичайних. Це може бути особливий стиль надання послуг, більша різноманітність у виборі, неймовірний інтер'єр чи впровадження нових цікавих можливостей для клієнтів.

Прикладом може слугувати кафе з тваринами. Такий маркетинговий хід насправді одразу робить його унікальним. Кафе з котами, енотами чи іншими милими тваринами зацікавлюють споживачів, бо безліч людей полюбляють тварин, за кумедними діями яких можна спостерігати під час приймання їжі та напоїв.

Також не меншу роль грає меню, в якому можна знайти оригінальні страви, що не мають аналогів в інших місцях. Чим різноманітніший асортимент, тим краще можна задовольнити клієнта.

Ще одним важливим чинником є дизайн, який може створювати чарівну атмосферу, яка буде захоплювати людей. Такі заклади можуть ставати місцем натхнення для багатьох відвідувачів, тому й набирають свою популярність.

В готельній же сфері найголовнішу роль грає комфорт, бо саме на це споживачі звертають в першу чергу. Тому варто створювати максимально зручну та доброзичливу атмосферу.

Але навіть при дотриманні усіх перелічених правил та порад, не можна забувати про поширення інформації про свій заклад. Це є невід'ємна частина бізнесу в такій сфері, бо вона зорієнтована на людей. Завдяки якісному піару можна здобути швидкий приріст клієнтів та розвиток закладу. На допомогу цьому приходять соціальні мережі, в яких люди проводять майже сорок відсотків всього свого життя.

Можна дійти до висновку, що сфера послуг – одна з найскладніших для організації та розвитку через велику кількість чинників, що впливають на це, а також через постійні зміни в потребах та інтересах людей, які потрібно завжди задовольняти на найвищому рівні.

Список використаних джерел

1. Агафонова Л.Г. Туризм, готельний та ресторанный бізнес: ціноутворення, конкуренція, державне регулювання: навч. посібник / Л.Г. Агафонова, О.Є. Агафонова. Київ: Знання, 2017. 358 с.
2. Власова Н.О. Економіка готельно-ресторанного господарства / Н.О. Власова. Харків: Світ книги, 2016. 389 с

Наукове електронне видання

**ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННИЙ
ТА ТУРИСТИЧНИЙ БІЗНЕС:
РЕАЛІЇ І ПЕРСПЕКТИВИ**

ТЕЗИ ДОПОВІДЕЙ
VII ВСЕУКРАЇНСЬКОЇ СТУДЕНТСЬКОЇ
НАУКОВОЇ КОНФЕРЕНЦІЇ

(Київ, 18 березня 2021 року)

(Укр. та англ. мовами)

Видавець і виготовлювач
Київський національний торговельно-економічний університет
вул. Кіото, 19, м. Київ-156, Україна, 02156
Тел. (044) 513-74-18
Електронна пошта knute@knute.edu.ua

Свідоцтво суб'єкта видавничої справи серія ДК № 4620 від 03.10.2013 р.