



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 відповідальності 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

Філіпчук І. В. Соціальні мережі: інструмент електронної комерції крафтового виробництва	149
Фіногенова Ю. Р., Ярошенко А. О. SMM-менеджмент у ресторанному бізнесі	150
Цех А. Є. Інноваційний розвиток індустрії гостинності	152
Шрам Б. О. HR-менеджмент: сучасні тренди	154
Шупарська А. Організаційно-економічний механізм розвитку готельного бізнесу в Україні	157

ІННОВІНГ В ТУРИЗМІ

Багнюк Д. Б. Бальнеологічний курорт Нафталан	159
Бесараб А. С. Туризм на Вінничині: інфраструктура сфери послуг	161
Бойко Н. С. Туризм в Туреччині під час пандемії	163
Борисенко Д. В. Народні промисли України в туризмі: проблеми та перспективи	164
Бондар О. О. Особливості авторського туру	167
Болтовський В. В. Інноваційні зміни в туристичному бізнесі	169
Волох А. О. Двосторонні відносини «Україна – Південно-Африканська Республіка»: основа розвитку туризму	171
Волошина М. О. Маркетинг туристичного підприємства у соціальних мережах	173
Гаврилишин С. В., Матушко А. А. Інноваційні технології: інструмент розвитку сфери туризму	175

Список використаних джерел

1. Казюка, Н. П. Застосування інвестиційно-інноваційних інструментів для стимулювання розвитку підприємств туристичного бізнесу. (2020) [Електронний ресурс]. https://ir.kneu.edu.ua/bitstream/handle/2010/34548/Siukf_20_587.pdf?sequence=1
2. Яковенко В.Б. Введение в инновационные технологии. К.: Издательство Европейского университета, 2014.
3. Провайдинг інновацій: Підручник / М.П. Денисенко, А.П. Гречан, М.В. Гаман та ін .; за ред. проф. М.П. Денисенка. К.: Вид-й дім «Професіонал», 2018.

Волох А. О.,

Одеська національна академія харчових технологій, м. Одеса

Науковий керівник:

Добрянська Н. А.,

д-р екон. наук, проф.

ДВОСТОРОННІ ВІДНОСИНИ «УКРАЇНА –ПІВДЕННО-АФРИКАНСЬКА РЕСПУБЛІКА» : ОСНОВА РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ

Робота Посольства щодо розвитку двосторонніх відносин між Україною та Південно – Африканською Республікою (ПАР) спрямована на виконання пріоритетних завдань зовнішньополітичного відомства, посилення політичної, економічної, військово-технічної, інформаційної, культурної присутності України на Півдні Африканського континенту, активізації політичного діалогу з керівництвом країни перебування, зміцненню іміджу нашої держави, поглиблення дружніх відносин України з Південно-Африканською Республікою у всіх галузях [1].

За даними Державної служби статистики України, у 2019 р. обсяг двосторонньої торгівлі товарами склав 123,1 млрдол. США. При цьому експорт товарів з України до ПАР склав 44,4 млн дол. США, а імпорт товарів з ПАР в Україну склав 78,7 млн дол. США. Загальний обсяг торгівлі послугами склав 4,5 млн дол. США. Експорт послуг склав 2,5 млн дол. США, імпорт послуг – 2 млн дол. США [2].

Однією з цілей діяльності Посольства України в ПАР є розбудова дружніх стосунків з Південною Африкою на основі реалізації спільних культурних проєктів. Тому важливою складовою діяльності установи є проєкти культурної дипломатії, які сприяють напрацюванню горизонтальних зв'язків між українськими митцями, культурними установами, фестивалями.

Системною стає участь українських митців у місцевих мистецьких фестивалях міжнародного масштабу: «International Public Art Festival» (візуальне мистецтво) та «Poetry Africa» (література). У ПАР діє музей української культури у місті Ріверсдейль (провінція Західний Кейп), робота якого спрямована на культурне співробітництво двох країн.

Позитивна динаміка співробітництва між країнами у зазначеній сфері відзначається системністю підтримки культурних та іміджевих заходів з боку МЗС та ГО «Українська асоціація в ПАР», а також дедалі активнішим взаємним інтересом у галузі літератури (переклади) та участю у літературних фестивалях з обох сторін [3].

На території ПАР проживає більше 1000 громадян України та громадян ПАР українського походження. Українська діаспора у Південній Африці є відносно молодого. Більшість українців в ПАР мають вищу освіту: викладачі, медики, представники інженерно-технічних спеціальностей та сфери послуг, а також митці та власники бізнесу.

У ПАР з 2017 року зареєстрована та діє Українська асоціація в Південно-Африканській Республіці (Ukrainian Association of South Africa, NPO 189-705), неурядова громадська організація. Основними пріоритетами її діяльності є гуртування та підтримка українців, що проживають та перебувають в ПАР; поширення української мови та підтримка інтересів України на території ПАР; сприяння налагодженню науково-освітніх, культурних, соціальних та економічних зв'язків між Україною та ПАР; гуманітарна допомога українцям в Україні та співпраця з іншими неурядовими організаціями для здійснення гуманітарної діяльності.

З 12 березня 2016 року у м. Кейптаун діє Українська недільна школа у ПАР. З січня 2019 року в приміщенні Посольства гостинно відкрила двері суботня школа в Преторії для маленьких українців провінції Гаутенг. Діти вивчають українську мову, спів, танок та мистецтво. Починаючи з 2017 року, Українська асоціація в ПАР проводить Українські фестивалі у Західному Кейпі, які знайомлять південно-африканців з українською піснею, кухнею, традиціями дитячих і дорослих свят. Зокрема, у листопаді 2019 року Третій Український фестиваль відвідало близько 2000 гостей [4].

Туризм – одна з найважливіших і дохідних галузей економіки ПАР. Прекрасні курорти Африки, відпочинок на будь-який смак, краса природи і океанського узбережжя, пляжі, незвичайні пам'ятки, унікальність культури місцевих племен і народів, можливість придбати незвичайні сувеніри – все це так приваблює іноземних туристів. Яскраві, феєричні музичні фестивалі, з театральними та танцювальними постановками, щорічно удостоюються уваги любителів мистецтва в усьому світі.

Завдяки зняттю обмежень на в'їзд в країну і зниження курсу місцевої валюти – ранда, почався туристичний бум. Швидкими темпами розвивається діловий, а також внутрішній туризм. В індустрії туризму зайнято понад 600 тис. чоловік [5].

Перспективами співробітництва між Україною та ПАР у сфері культури є розвиток горизонтальних зв'язків між державними та громадськими культурними інституціями обох країн, сприяння ініціативам культурних обмінів та їх підтримка.

Список використаних джерел

1. Політичні відносини між Україною та ПАР. Посольство України у ПАР. URL: <http://rsa.mfa.gov.ua/ua/ukraine-za/diplomacy>.
2. Торговельно-економічне співробітництво між Україною та ПАР. Посольство України у ПАР. URL: <http://rsa.mfa.gov.ua/ua/ukraine-za/trade>.
3. Культурно-гуманітарне співробітництво між Україною та ПАР. Посольство України у ПАР. URL: <http://rsa.mfa.gov.ua/ua/ukraine-za/culture>.
4. Договірною-правова база між Україною та ПАР. Посольство України у ПАР. URL: <http://rsa.mfa.gov.ua/ua/ukraine-za/legal-acts>.
5. ПАР-Економіка-Туризм <http://www.safrika.ru/uar/economy/economy-tourism/>

Волошина М. О.,

4 курс, 17 група ФРГТБ КНТЕУ

Науковий керівник

Хлопяк С.В.,

канд. екон. наук, доц. (КНТЕУ, м. Київ)

МАРКЕТИНГ ТУРИСТИЧНОГО ПІДПРИЄМСТВА У СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖАХ

Соціальні медіа спричинили справжню революцію в житті суспільства з моменту їх появи. Вони поступово стали частиною будь-якої діяльності людини – включаючи бізнес, технології, буденне життя, подорожі, розвиток та відпочинок. Соціальні медіа розширили спектр галузей та відкрили нові можливості для вже існуючих.

Тож який зв'язок мають соціальні мережі та індустрія туризму?

Протягом багатьох років практично вся комунікація в туризмі покладається на маркетинговий принцип «з уст в уста» (Word-of-Mouth Marketing) – найпотужніший безкоштовний рекламі, що полягає у спілкуванні між споживачами. Раніше це були наша сім'я та друзі, які допомагали у плануванні подорожі, спираючись на власний досвід, туристичні журнали та буклети [1]. Однак сьогодні турист може отримати безліч інформації в реальному часі.

Соціальні медіа надали нові можливості не тільки для туристів, а й для суб'єктів туристичної діяльності: туристичних агентств, операторів, готелів, ресторанів, екскурсійних бюро та ін. Маркетинг у соціальних мережах (SMM) сьогодні справедливо вважається одним з найдієвіших інструментів просування туристичного продукту.

Статистика використання соціальних медіа подорожуючими просто вражає. За результатами дослідження рекламного агентства MDG (США) «Подорож через соціальні мережі» на рис.1 відображено основні статистичні дані щодо використання подорожуючими соціальних мереж у 2019 році.

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.