

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ОДЕСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНОЛОГІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
Факультет Інноваційних технологій харчування і
ресторанно-готельного бізнесу

**ЗБІРНИК
ТЕЗ ДОПОВІДЕЙ**

**XI Всеукраїнська міжвузівська наукова конференція студентів,
аспірантів і молодих учених**

**«ІНТЕГРАЦІЙНІ ТА ІННОВАЦІЙНІ
НАПРЯМКИ РОЗВИТКУ ІНДУСТРІЇ
ГОСТИННОСТІ»**

Одеса

2022

УДК 640.41:349.9:316.4
ББК 65.432

Керівництво оргкомітету:

Лебеденко Т.Є. – д.т.н., професор, зав. кафедри готельно-ресторанного бізнесу

Заступник голови:

Д'яконова А.К. – д.т.н., професор кафедри готельно-ресторанного бізнесу

Склад оргкомітету:

Коваленко Н.О. – к.т.н., доцент кафедри готельно-ресторанного бізнесу

Савенко А.А. – асистент кафедри готельно-ресторанного бізнесу

Редакційна колегія:

Стрікаленко Т.В. – д.м.н., професор кафедри готельно-ресторанного бізнесу

Федосова К.С. – к.т.н., доцент кафедри готельно-ресторанного бізнесу

Інтеграційні та інноваційні напрямки розвитку індустрії гостинності: збірник тез доповідей XI Всеукраїнської міжвузівської наукової конференції студентів, аспірантів і молодих учених 19-20 травня 2022р., О.: ОНТУ, 2022. – 192с.

Збірник тез доповідей укладено за матеріалами XI Всеукраїнської міжвузівської наукової конференції студентів, аспірантів і молодих учених «Інтеграційні та інноваційні напрямки розвитку індустрії гостинності», яка відбулась в Одеському національному технологічному університеті 19-20 травня 2022р.

За достовірність наведених фактів, цитат, посилань на літературні джерела та вживання власних імен несуть відповідальність автори наукових тез.

3. Ткаченко Т. І. Стратегічний розвиток туристичного бізнесу : монографія / Т. І. Ткаченко, С. В. Мельниченко, М. Г. Бойко та ін. ; за заг.ред. А. А.Мазаракі. – К. : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2015. – 596 с.
4. Статистичний щорічник України за 2017 р. [Електроний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.ukrstat.org>.

Харченко Д.А., Транченко Л.В.

*Уманський національний університет садівництва
м. Умань*

ТУРИСТИЧНА ІНДУСТРІЯ ЯК НАПРЯМ РОЗВИТКУ ГОТЕЛЬНОГО БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ

Туризм – це сфера соціально-економічного комплексу, яка в багатьох країнах перетворилась в високо розвинуту індустрію. Готельний сервіс містить у собі цілий комплекс послуг для туристів і є ключовим чинником, що визначає перспективи розвитку туризму. Туристичні послуги, зокрема й у рамках готельного обслуговування, віднесені до соціально-культурних послуг і будуються на принципах сучасної гостинності та якісного надання послуг.

Тому серед проблем, які висуваються туристською індустрією, найбільш важливою є проблема обслуговування туристів. Людству протягом усієї багатовікової історії було притаманно прагнення до подорожей з метою розвитку торгівлі, завоювання та освоєння нових земель, знаходження ресурсів тощо. Мандрування – термін, який характеризує переміщення людей незалежно від його цілі. Різновидом мандрів є туризм. Туризм – це явище відносно молоде, яке стало масовим лише після Другої світової війни. Він стає потребою для більшості населення високорозвинених країн. І вже сьогодні туризм належить до найпотужніших і найдинамічніших галузей економіки більшості країн світу [1].

В системі туризму тісно переплетені інтереси економіки і культури, безпеки і міжнародних відносин, екології і зайнятості населення, готельного бізнесу і транспортних організацій. Розвиток туризму має велике значення як для держави в цілому, так і для окремої особи зокрема. Стійкий розвиток туризму можливий за умов дотримання ряду вимог, важливими з яких є високий рівень професійної підготовки і надання якісних туристських послуг не тільки населенню своєї держави, але і іноземному. Тому послугам

розміщення необхідно приділяти особливої уваги в туризмі. Вони розрізняються залежно від категорії споживачів та від цілі мандрування. Українці мандрують з різними цілями: по роботі, заради відпочинку, прийняти участь у конференції або побачити унікальний об'єкт природи тощо. Незалежно від причин робітники самих різних професій задовольняють різні запити та побажання людей, які опинилися поза домом.

Задоволення потреб туристів щодо розміщення, харчування, транспортного, інформаційно-рекламного обслуговування, а також послуги закладів культури, спорту, побуту, розваг тощо забезпечують туристські послуги. Надання туристських послуг туристам у тому чи іншому регіоні організують різні підприємства. Одні з них пропонують споживачам виключно туристські послуги, для інших – туризм є тільки одним із напрямів їх комерційної діяльності.

Формування, просування і реалізація комплексу туристських послуг, з'єднаних єдиним цільовим призначенням, забезпечується туристськими підприємствами (туристськими операторами і туристськими агентами). Їх діяльність служить виключно туризму і складає основу його існування. Туристські підприємства в процесі свого функціонування взаємодіють з виробниками туристських послуг (готелями, транспортними організаціями, підприємствами ресторанного господарства і т. ін.), для яких надання послуг туристам є, в більшості випадків, тільки одним з напрямів їх комерційної діяльності. Надання послуг туристам виконують також підприємства, що обслуговують все населення туристського регіону (підприємства торгівлі, зв'язку, побутового і медичного обслуговування, культурно-просвітницькі установи тощо).

Сукупність підприємств матеріального виробництва і невиробничої сфери, що забезпечує виробництво, розподіл, обмін і споживання туристських послуг, освоєння і експлуатацію туристських ресурсів, а також створення матеріально-технічної бази туризму, отримала назву туристська індустрія [1].

У процес надання туристських послуг залучені також державні і суспільні організаційно-правові структури, які регулюють та координують розвиток туризму в регіоні, забезпечуючи умови (інфраструктуру, інформацію, безпеку, свободу переміщення, доступність і збереження туристських об'єктів, формування туристського іміджу регіону і т. ін.) ефективного функціонування системи туризму.

Розміщення займає центральне місце в комплексі послуг, що надаються туристам під час подорожі, і є невід'ємною частиною кожного туру. Тур – туристська подорож

(поїздка) за визначеним маршрутом у конкретні терміни, забезпечена комплексом туристських послуг (бронювання, розміщення, харчування, транспорт, рекреація, екскурсії тощо) [1].

Засоби розміщення, під якими розуміють будь-який об'єкт, який регулярно або епізодично надає місця для ночівлі, складають основу туристської індустрії. Будівництво нових засобів розміщення істотно підвищує привабливість туристського напрямку, збільшує потік туристів. Високий сервіс надання послуг з розміщення визначає також такі психологічні аспекти туризму, як задоволеність подорожжю і висока оцінка організації перебування туристів у тій або іншій країні.

В різноманітті засобів розміщення особливе місце належить готельній індустрії. Готельна індустрія як вид економічної діяльності включає надання готельних послуг і організацію короткострокового мешкання приїжджих. Для готелів характерні наступні ознаки: - наявність номерів; - надання обов'язкових (прибирання номера, санвузла, заправка ліжка кожен день) і додаткових (послуги пральні, хімчистки, перукарської, оренда та прокат автомобілів, виклик таксі та ін.) послуг; - угруповання готелів згідно вимог національних стандартів на класи і категорії.

Категорія визначається спеціальним символом „*” (зірка). Кількість зірок збільшується відповідно до підвищення рівня якості обслуговування. Готелі класифікують за п'ятьма категоріями, мотелі – чотирма. Найвищу категорію визначають «п'ять зірок», нижчу «одна зірка». Так, в Україні станом на кінець 2007 р. нараховується наступна кількість готелів: п'ять п'ятизіркових (дві у Дніпропетровську, по одній у Києві, Одесі та Донецьку), 29 чотиризіркових (дев'ять в Одеській області, шість – у Київській, по чотири у Дніпропетровській та Львівській областях, три – в Криму, по одній в Донецькій, Закарпатській та Полтавській областях), 74 тризіркових, 43 двозіркових, 41 однозіркових і 872 готелі без категорії [1].

У готельному підприємстві послуги розміщення, ресторанного господарства та інші послуги доповнюють одна одну, у більшості випадків є взаємозалежними і сприймаються споживачем як єдине ціле. З урахуванням того, як вони оформлені та скомбіновані в єдиний комплекс, складається певний тип підприємства. Такий підхід визначає продукт як результат праці людей, господарської діяльності, що представляється у двох формах: матеріально-речовинній та інформаційній. Таким чином, послуги розміщення в туризмі є головними для будь-якого контингенту споживачів. При цьому основними тенденціями розвитку готельної індустрії є: надання робочих місць; вдосконалення системи безпеки;

розширення технологій, які використовуються; розширення сфери додаткових послуг; збільшення кількості готельних комплексів; озеленення готельних комплексів і номерів; впровадження системи навчання персоналу.

Список використаних джерел

1. Державна служба статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua> (15.04.2019).
2. Мельник І. М. Сучасні тенденції розвитку готельного господарства України / І. М. Мельник // Молодий вчений. – 2016. – № 7 (34). – С. 84–88.

Чумак Я.Ю., Терещук Н.В.

Уманський національний університет садівництва

м. Умань

ПОНЯТТЯ МЕНЕДЖМЕНТУ АНІМАЦІЇ

Під управлінням анімаційною діяльністю розуміють систему спеціально здійснюваних дій, скерованих на її організацію та забезпечення високої ефективності як досягнення найбільших результатів за найменших витрат.

Задоволеність туриста подорожжю, відпочинком визначають основними взаємозалежними і взаємообумовленими факторами:

- відчуттям виконаності бажання, мрії, надії (мети подорожі);
- відчуттям комфортності середовища гостинності;
- відчуттям безпеки середовища гостинності. [1]

Потреби туриста - це якісна характеристика стану туриста перед вчиненням подорожі, що виражає (свідомо чи несвідомо) його прагнення змінити цей стан в кращу для нього сторону, наприклад, відновити фізичні сили, знайти душевну рівновагу і спокій, знайти нових друзів, полюбити, отримати емоційний заряд, або естетичне задоволення і т.д.

Задоволеність туриста середовищем гостинності - це якісна характеристика його стану після здійснення подорожі (відпочинку), це характеристика повноти досягнення свідомих і підсвідомих цілей подорожі зі знижкою на його особисте розуміння і сприйняття навколишнього світу, якості, вартості (цінності) життя, безпеки, якості

Харченко Д.А., Транченко Л.В.*Туристична індустрія як напрям розвитку готельного бізнесу в Україні.....84***Чумак Я.Ю., Терещук Н.В.***Поняття менеджменту анімації.....87***Кольчак Д., Безусов А.Т., Стрікаленко Т.В.***До обґрунтування підготовки води для виробництва
збродженого бурякового напою на основі комбучі.....90***Безрук Н., Халілова-Чуваєва Ю.О.***PR-технології у діяльності закладів готельно-ресторанного господарства.....92***Грабченко В.О., Д'яконова А.К., Жовтяк К.О.***Впровадження інноваційних технологій в ресторанному бізнесі.....96***Бандурська К., Д'яконова А.К., Жовтяк К.О.***Впровадження інноваційних послуг для дітей в готельному бізнесі.....98***Пухальський В.О., Д'яконова А.К., Коротич О.М.***Інноваційні технології в сфері ресторанного бізнесу.....100***Коваленко Н.О., Кожевнікова В.О.***Інноваційні концепції в готельному бізнесі на прикладі капсульних готелів.....103***Рибачук М.Ю., Ткачук О.В.***Етнічна кухня як складова гастрономічної спадщини одеського регіону.....106***Притуляк Ю.С., Кожевнікова В.О., Коротич О.М.***Особливості екологізації готелів.....110*

СЕКЦІЯ 2

МЕНЕДЖМЕНТ І МАРКЕТИНГ У СИСТЕМІ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ. ІТ-ТЕХНОЛОГІЇ У ГАЛУЗІ ГОСТИННОСТІ.

Аксьонова Г. О., Асауленко Н.В.*Особливості управління підприємствами готельно-ресторанного господарства: світовий та
вітчизняний досвід.....115***Шевченко Д.І., Поплавська А.В.***Інструменти інтернет-маркетингу підприємств ресторанного господарства.....118***Разкола В.В., Скляр В.Ю.***Впровадження сучасних цифрових технологій для просування закладів ресторанного
господарства.....121*