

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
ІНСТИТУТ МОДЕРНІЗАЦІЇ ЗМІСТУ ОСВІТИ  
МІНІСТЕРСТВО КУЛЬТУРИ ТА ІНФОРМАЦІЙНОЇ ПОЛІТИКИ УКРАЇНИ  
КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ  
КУЛЬТУРИ І МИСТЕЦТВ  
КИЇВСЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ КУЛЬТУРИ  
НАВЧАЛЬНО-НАУКОВИЙ ІНСТИТУТ  
КИЇВСЬКОГО НАЦІОНАЛЬНОГО УНІВЕРСИТЕТУ КУЛЬТУРИ І МИСТЕЦТВ  
КАФЕДРА ТУРИЗМУ  
ЛЬВІВСЬКОГО НАЦІОНАЛЬНОГО УНІВЕРСИТЕТУ ІМЕНІ ІВАНА ФРАНКА  
EUROPEAN INSTITUTE OF FURTHER EDUCATION (СЛОВАЦЬКА РЕСПУБЛІКА)  
WYŻSZA SZKOŁA TURYSTYKI I JEZYKÓW OBCYCH W WARSZAWIE (WSTIJO)  
(РЕСПУБЛІКА ПОЛЬЩА)  
EMBASSY OF HUNGARY, DEPARTMENT OF ECONOMIC AFFAIRS (УГОРЩИНА)  
МІЖНАРОДНА ТОРГІВЕЛЬНА ПАЛАТА ICC UKRAINE  
АСОЦІАЦІЯ ІНДУСТРІЇ ГОСТИННОСТІ УКРАЇНИ  
НАЦІОНАЛЬНА ТУРИСТИЧНА ОРГАНІЗАЦІЯ УКРАЇНИ  
АСОЦІАЦІЯ КУЛІНАРІВ УКРАЇНИ  
АСОЦІАЦІЯ СОМЕЛЬЄ УКРАЇНИ  
ФАКУЛЬТЕТ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО І ТУРИСТИЧНОГО БІЗНЕСУ

# ГОСТИННІСТЬ, СЕРВІС, ТУРИЗМ: ДОСВІД, ПРОБЛЕМИ, ІННОВАЦІЇ

## ІХ МІЖНАРОДНА НАУКОВО-ПРАКТИЧНА КОНФЕРЕНЦІЯ

14-15 квітня 2022 рік

Реєстрація Міністерства освіти і науки України  
Лист № 1/-10-2162 від 21.09.2021

Тези доповідей

КИЇВ 2022

УДК 640.43+379.851+330.341.1

Г 725

*Друкується за рішенням Вченої ради  
Київського національного університету культури і мистецтв  
(протокол № 15 від 30 травня 2022 р.)*

**Г 725 Гостинність, сервіс, туризм: досвід, проблеми, інновації** : тези доповідей ІХ Міжнар. наук.-практ. інтернет-конф., Київ, 14-15 квіт., 2022 р. / М-во освіти і науки України; М-во культури та інформаційної політ. України; Київ. нац. ун-т культури і мистецтв ; Київ. ун-т культури ; Ф-т готельно-ресторанного і турист. бізнесу. – Київ : Вид. центр КНУКіМ, 2022. – 294 с.

Збірник містить наукові тези ІХ Міжнародної науково-практичної конференції «Гостинність, сервіс, туризм: досвід, проблеми, інновації», яка відбулася 14-15 квітня 2022 р. на базі Міністерства освіти і науки України, Інституту модернізації змісту освіти, Київського національного університету культури і мистецтв, Київського університету культури, Навчально-наукового інституту Київського національного університету культури і мистецтв, кафедри туризму Львівського національного університету імені Івана Франка, Міжнародної Торговельної Палати ICC Ukraine, European Institute of Further Education (Словацька республіка), Wyższa Szkoła Turystyki i Języków Obcych w Warszawie (WSTiJO) (Республіка Польща), Embassy of Hungary, department of economic affairs (Угорщина), Асоціації індустрії гостинності України, Національної туристичної організації України, Асоціації кулінарів України, Асоціації сомельє України, Мережі еко-ресторанів «Батьківська хата», Сім'ї ресторанів Дмитра Борисова. Матеріали містять відповідні підсумки наукових досліджень провідних учених України і країн-учасниць конференції, а також доробки докторантів, аспірантів, магістрантів. Представлені наукові доробки будуть цікавими й корисними для широкої наукової громадськості, фахівців готельно-ресторанного і туристичного бізнесу та соціокультурної сфери, викладачів, аспірантів, студентів.

*Матеріали подано в авторській редакції*

© Київський національний університет  
культури і мистецтв, 2022  
© Автори тез, 2022

НАУКОВО-ОРГАНІЗАЦІЙНИЙ КОМІТЕТ  
ІХ МІЖНАРОДНОЇ НАУКОВО-ПРАКТИЧНОЇ КОНФЕРЕНЦІЇ

ГОСТИННІСТЬ, СЕРВІС, ТУРИЗМ:  
ДОСВІД, ПРОБЛЕМИ, ІННОВАЦІЇ



Голова комітету:

*Поплавський Михайло Михайлович* доктор педагогічних наук, професор,  
заслужений діяч мистецтв України

Співорганізатори:



Національна  
туристична  
організація  
України



Wyższa Szkoła Turystyki i Języków  
Obcych w Warszawie (WSTiJO)  
(Республіка Польща)



Wyższa Szkoła Turystyki  
i Ekologii (Республіка Польща)

VÝCHODOEURÓPSKA AGENTÚRA PRE ROZVOJ n.o.  
EASTERN EUROPEAN DEVELOPMENT AGENCY n.o.  
Za humnami 508/28, 941 48, Podhájska, Slovakia  
www.eeda.sk

EMBASSY OF HUNGARY – HUNGARIAN TOURISM  
Information Office (Угорщина)



Мережа еко-  
ресторанів  
«Батьківська  
хата»

Сім'я ресторанів  
Дмитра Борисова



Асоціація кулінарів України



Асоціація сомельє України

## ЧЛЕНИ КОМІТЕТУ

**Комарніцький  
Ігор Олегович**

*кандидат культурології, доцент,  
декан Факультету готельно-  
ресторанного і туристичного бізнесу  
Київського національного університету  
культури і мистецтв*

**Поплавська  
Аліна Вячеславівна**

*кандидат культурології, доцент,  
завідувачка кафедри готельно-ресторанного  
і туристичного бізнесу  
Київського національного університету  
культури і мистецтв*

**Антоненко  
Володимир Степанович**

*доктор географічних наук, професор,  
завідувач кафедри міжнародного туризму  
Київського університету культури*

**Jozef Zlatko**

*Dr.h.c. mult. JUDr Honor. Prof. mult. prorektor  
pre medzinarodne vzťahy Slovensko,  
Wyższa szkoła komunikacji i zarządzania  
(Словацька Республіка)*

**Скавінські Павел**

*доктор наук кафедри туризму та екології  
Wyższa Szkoła Turystyki i Ekologii  
(Республіка Польща)*

**Плецан  
Христина Василівна**

*кандидат наук з державного  
управління, доцент,  
доцент Навчально-наукового інституту  
Київського національного університету  
культури і мистецтв*

<b>Білоус С.В., Грицишин А.Т., Красько А.Б.</b>	<i>Характеристика ризиків підприємств готельно-ресторанного господарства та туризму</i>	<b>243</b>
<b>Веценура Н.В., Земліна Ю.В.</b>	<i>Діагностика загроз діяльності підприємств індустрії гостинності: теоретичний аспект</i>	<b>245</b>
<b>Велієв Р.К., Ткаченко Т.І.</b>	<i>Стратегічне та тактичне використання інформаційно-комунікаційних технологій у сфері організації авіакомпаній</i>	<b>248</b>
<b>Ворошилова Г.О.</b>	<i>Комплекс маркетингу в індустрії гостинності</i>	<b>251</b>
<b>Nihov Borislav</b>	<i>Overtourism development trends in Bulgaria: problems and prospects</i>	<b>254</b>
<b>Громик О.М.</b>	<i>Конкурентноспроможність готельних підприємств в сучасних ринкових умовах</i>	<b>256</b>
<b>Гуменюк В.В.</b>	<i>Міжнародний туризм і сфера послуг гостинності: чинники турбулентності й інструменти відновлення стійкості</i>	<b>258</b>
<b>Данилова К.В., Антоненко А.В.</b>	<i>Огляд інноваційних технологій в закладах готельно-ресторанного господарства</i>	<b>260</b>
<b>Карпенко Р.В.</b>	<i>Логістичний потенціал розвитку урботуризму: український та зарубіжний досвід</i>	<b>262</b>
<b>Плецан Х.В., Литвиненко Я.Ю.</b>	<i>Current trends of corporate culture formation at a tourist enterprise</i>	<b>264</b>
<b>Лохман Н.В., Грищук О.А.</b>	<i>Система стратегічного управління персоналом закладу розміщення</i>	<b>267</b>
<b>Любива Ю.О., Воронцова А.С.</b>	<i>Теоретичні підходи до формування конкурентних переваг країни на світовому ринку туристичних послуг</i>	<b>269</b>
<b>Пересічна С.М., Боденчук А.К.</b>	<i>Сучасні технології виготовлення кулінарної продукції</i>	<b>272</b>
<b>Петлін І.В.</b>	<i>Теоретико-методологічні засади формування інфраструктури туристичного консалтингу в Україні</i>	<b>275</b>

## ГОСТИННІСТЬ, СЕРВІС, ТУРИЗМ: ДОСВІД, ПРОБЛЕМИ, ІННОВАЦІЇ

- координація та і регулювання професійної діяльності персоналу;
- забезпечення ефективності діяльності і підтримка задоволеності працею;
- професійний розвиток, побудова вертикальної та горизонтальної кар'єри;
- інтелектуалізація діяльності підприємства шляхом формування та реалізації інноваційних нематеріальних ресурсів закладу розміщення;
- створення та реалізація ефективної системи мотивацій;
- формування організаційної культури та розвиток внутрішніх комунікацій.

### СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Завідна Л.Д. Аналіз, проблеми та перспективи розвитку готельного господарства в Україні. *Вісник ОНУ імені І.І. Мечникова*. 2015. Т. 20. Вип. 3. С. 91-95.
2. Нечаюк Л.І., Нечаюк Н.О. Готельно-ресторанний бізнес: менеджмент. Київ: Центр навчальної літератури, 2006. 348 с.
3. Шаповал О. А. Кадрова політика та шляхи її покращення. *Економіка і суспільство*. 2017. Вип. 9. С. 712-715.

*Любива Ю.О., бакалавр 4 року навчання,  
спеціальність – 292 «Міжнародні економічні відносини»,  
Сумський державний університет  
ORCID ID: 0000-0003-1898-5816*

**Науковий керівник:**  
*кандидат економічних наук,  
старший викладач Воронцова А.С.*

### ТЕОРЕТИЧНІ ПІДХОДИ ДО ФОРМУВАННЯ КОНКУРЕНТНИХ ПЕРЕВАГ КРАЇНИ НА СВІТОВОМУ РИНКУ ТУРИСТИЧНИХ ПОСЛУГ

Сучасний глобалізований світ дуже складно уявити без міжнародного туризму. Даний ринок тривалий час вважався одним із найбільш швидкозростаючих та перспективних секторів економіки. Ситуацію докорінно змінила пандемія COVID-19, наслідки якої є безпрецедентними та оцінюються експертами ЮНКТАД як втрати для глобального ВВП в понад 4 трлн доларів США у 2020 та 2021 роках [2]. В 2022 році спостерігалися перші ознаки поступового відновлення, хоча до повернення до рівня 2018 року мова не йде, але ринок стикнувся з новими складнощами внаслідок воєнного вторгнення Росії на територію України. Всі ці події та їх наслідки докорінно змінили існуючий уклад суспільного життя та тенденції розвитку національних економік, актуалізуючи дослідження щодо потенційного відновлення та формування конкурентних переваг країн на світовому ринку туристичних послуг.

## ГОСТИННІСТЬ, СЕРВІС, ТУРИЗМ: ДОСВІД, ПРОБЛЕМИ, ІННОВАЦІЇ

Відповідно до класичного визначення (за М. Портером), під конкурентними перевагами розуміється сукупність певних факторів, що визначають успіх суб'єкта господарювання (ринку), зокрема галузева та специфіка ринку, масштаб конкуренції тощо. Він також є автором «п'яти факторів конкуренції», які формують конкурентні переваги: існуючі в галузі постачальники, продавці, можливі перешкоди для входу та виходу на ринок, існування товарів-субститутів та інтенсивність конкурентної боротьби [3]. Ці п'ять факторів з позиції різних науковців та наукових шкіл піддавалися критиці та пропонувалися розширити з урахуванням фактору людського капіталу, держави [10].

До головних ознак або детермінант саме конкурентних переваг відносять:

- забезпечення відмінної від інших конкурентів позиції на ринку;
- вузька орієнтованість на конкретні потреби клієнтів та корисність для певної цільової групи;
- базування на унікальних ресурсах та здібностях суб'єкта господарювання;
- інноваційність, адаптованість та стійкість [4, 5].

Всі ці характеристики можна транслювати і на ринок туристичних послуг певної країни, формування конкурентних переваг для якого формується під впливом численних факторів:

1) факторні умови, як основні (природні та історико-культурні ресурси), так і розвинені (туристична інфраструктура) та спеціалізовані (спеціально навчені трудові ресурси);

2) державна політика та стан розвитку економіки (зокрема, зусилля держави щодо розвитку туризму та міграційна політика);

3) випадкові умови (наприклад, різка зміна курсу національної валюти або нестабільна епідеміологічна ситуація, воєнний конфлікт тощо), які можуть вплинути на перерозподіл туристичних потоків між країнами, що мають схожі факторні умови.

При цьому необхідно відмітити, що в управлінні конкурентними перевагами країни на світовому ринку туристичних послуг важлива роль відводиться державі, яка на законодавчому рівні визначає низку пріоритетних напрямів державної політики у сфері туризму, зокрема:

- сприяння туристичній діяльності та створення сприятливих умов для її розвитку;
- визначення та підтримка пріоритетних напрямків туристичної діяльності;
- формування уявлення про країну, як країну, що сприятлива для туризму;
- створення основ сучасної індустрії туристичних рекреаційних послуг та підвищення її конкурентоспроможності на міжнародному ринку;
- підтримка та розвиток внутрішнього, в'їзного, соціального та самодіяльного туризму;
- забезпечення якості та доступності послуг у сфері туризму [6].

У свою чергу, три зазначені фактори впливають на умови попиту, стратегію фірм, споріднені та підтримуючі галузі. Так, умови попиту, насам-

перед туристична мотивація, залежить від наявності природних і культурних ресурсів, формують привабливі напрями, що підкріплюється також відповідною туристичною інфраструктурою. Перевага на користь того чи іншого напрямку формується з очікувань туриста отримати від подорожі певну користь (відпочинок, ділові зустрічі, культурний розвиток тощо), яка безпосередньо залежить від особливостей туристичного потенціалу країни. В той же час в'їзд до країни, що навіть володіє необхідним і достатнім з погляду споживача потенціалом, може бути обмежений або спрощений з допомогою відповідної політики уряду.

Стратегія туристичних фірм та види їх діяльності (в'їзний, внутрішній або виїзний туризм) також визначаються наявністю ресурсів та державною підтримкою. Нарешті, діяльність споріднених та підтримуючих галузей залежить від якості та інтенсивності туристичного попиту, наявності певних ресурсів та відповідної політики уряду.

Таким чином, формування конкурентних переваг країни на ринку туристичних послуг є важливим завданням, що може допомогти відновленню та розвитку галузі в майбутньому. Для цього необхідно детально проаналізувати основні фактори, що можуть сприяти формуванню конкурентних переваг та сформуванню потенційно привабливі туристичні послуги. Достатньо важливим при цьому є адаптивність та гнучкість такого процесу, адже в умовах нестабільності та кризи необхідно швидко реагувати на процеси, що відбуваються та вживати відповідні міри.

### **СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ**

1. Андріяш В. Державна етнополітика України в умовах глобалізації. Миколаїв : Вид-во ЧДУ ім. Петра Могили, 2013. 328 с.
2. Global economy could lose over \$4 trillion due to COVID-19 impact on tourism. UNCTAD, 2021 URL: <https://news.un.org/en/story/2021/11/1106712>.
3. Портер М. Конкурентна перевага: Як досягти високого результату і забезпечити його стійкість / пер. з англ. М. : Альпіна Бізнес Букс, 2008. 714 с.
4. Балабанова Л.В., Холод В.В. Стратегічне маркетингове управління конкурентоспроможністю підприємств : навчальний посібник. Київ : Професіонал, 2009. 448 с.
5. Власенко В.В., Порфіренко В.І., Гребельник М.М. Суть та види конкурентних переваг підприємства. Економіка та управління підприємствами. 2020. Вип. 49. С. 97-103
6. Смирнов Є.В., Смирнова О.П. Стратегічні імперативи розвитку туристичної галузі України. Економіка та держава. 2016. №8. С.28-34.
7. Lashley, C. Strategies for Service Excellence, Elsevier Butterworth Heinemann, Oxford, 2014. 189 p.
8. Macleod D. Tourism, globalisation, and cultural change: An island community perspective. Channel View Publication, 2014. 177 p.
9. Mullins, L. Hospitality Management and Organisational Behaviour, Pearson Education, Harlow, 2018. 224 p.
10. Гордон Я. Целевая конкуренция /; пер. с англ. М. : Вершина, 2006.