

ДОНЕЦЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ЕКОНОМІКИ
І ТОРГІВЛІ ІМЕНІ МИХАЙЛА ТУГАН-БАРАНОВСЬКОГО
КАФЕДРА ГОТЕЛЬНОЇ І РЕСТОРАННОЇ СПРАВИ



SECOND INTERNATIONAL SCIENTIFIC-AND-PRACTICAL
INTERNET-CONFERENCE OF STUDENTS, GRADUATE STUDENTS
AND YOUNG SCIENTISTS
"SCIENTIFIC CREATIVITY OF THE YOUTH IN HOSPITALITY INDUSTRY"

НАУКОВА ТВОРЧІСТЬ МОЛОДІ В ІНДУСТРІЇ ГОСТИННОСТІ

МАТЕРІАЛИ

II Міжнародної науково-практичної інтернет-конференції
студентів, аспірантів та молодих вчених
23-24 листопада 2016 року



Донецьк 2016

**ДОНЕЦЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ЕКОНОМІКИ І
ТОРГІВЛІ ІМЕНІ МИХАЙЛА ТУГАН-БАРАНОВСЬКОГО**

КАФЕДРА ГОТЕЛЬНОЇ І РЕСТОРАННОЇ СПРАВИ

**SECOND INTERNATIONAL SCIENTIFIC-AND-PRACTICAL
INTERNET-CONFERENCE OF STUDENTS, GRADUATE STUDENTS
AND YOUNG SCIENTISTS "SCIENTIFIC CREATIVITY OF THE YOUTH
IN HOSPITALITY INDUSTRY"**

**НАУКОВА ТВОРЧИСТЬ МОЛОДІ В ІНДУСТРІЇ
ГОСТИННОСТІ**

МАТЕРІАЛИ

**II Міжнародної науково-практичної інтернет-конференції
студентів, аспірантів та молодих вчених
23-24 листопада 2016 року**

Донецьк 2016

Н34 Научное творчество молодежи в индустрии гостеприимства [Текст] : Материалы II Междунар. науч.-практ. интернет-конф. студ., аспирантов и молодых ученых, 23-24 ноября 2016 г., г. Донецк / ГО ВПО «Донец. нац. ун-т экономики и торговли им. М. Туган-Барановского»; [редкол.: Азарян Е.М. (предс. оргком.) и др.]. – Донецк : [ДонНУЭТ], 2016 – 464 с.

В сборнике опубликованы материалы II Международной научно-практической интернет-конференции студентов, аспирантов и молодых ученых «Научное творчество молодежи в индустрии гостеприимства»

Редакционная коллегия:

Председатель оргкомитета: Азарян Елена Михайловна – д.э.н., профессор, проректор по научной работе ГО ВПО ДонНУЭТ имени Михаила Туган-Барановского;

Заместители председателя: Заремба Павел Александрович - д.э.н., профессор, зав. кафедрой гостиничного и ресторанного дела ГО ВПО ДонНУЭТ имени Михаила Туган-Барановского;

Холод Светлана Николаевна – генеральный менеджер ООО «Атлас Донбасс»;

Ученый секретарь конференции: Антонова Валерия Анатольевна – д.э.н., доцент кафедры гостиничного и ресторанного дела ГО ВПО ДонНУЭТ имени Михаила Туган-Барановского;

Топольник Вера Григорьевна - д.т.н., профессор кафедры гостиничного и ресторанного дела ГО ВПО ДонНУЭТ имени Михаила Туган-Барановского;

Крылова Людмила Вячеславовна – к.т.н., и.о. декана ФРГБ, доцент кафедры гостиничного и ресторанного дела ГО ВПО ДонНУЭТ имени Михаила Туган-Барановского;

Кощавка Ирина Владимировна – зам. Декана ФРГБ, старший преподаватель кафедры гостиничного и ресторанного дела ГО ВПО ДонНУЭТ имени Михаила Туган-Барановского;

Полякова Алла Вениаминовна – к.т.н., доцент кафедры гостиничного и ресторанного дела ГО ВПО ДонНУЭТ имени Михаила Туган-Барановского;

Охременко Светлана Игоревна – к.т.н., доцент кафедры гостиничного и ресторанного дела ГО ВПО ДонНУЭТ имени Михаила Туган-Барановского;

Гура Александр Васильевич – к.т.н., доцент кафедры гостиничного и ресторанного дела ГО ВПО ДонНУЭТ имени Михаила Туган-Барановского;

Заремба Вячеслав Павлович – к.э.н., старший преподаватель кафедры гостиничного и ресторанного дела ГО ВПО ДонНУЭТ имени Михаила Туган-Барановского;

Бутова Алла Павловна – старший преподаватель кафедры гостиничного и ресторанного дела ГО ВПО ДонНУЭТ имени Михаила Туган-Барановского;

Куценко Елена Васильевна – старший преподаватель кафедры гостиничного и ресторанного дела ГО ВПО ДонНУЭТ имени Михаила Туган-Барановского;

Ридош Галина Валерьевна – ассистент кафедры гостиничного и ресторанного дела ГО ВПО ДонНУЭТ имени Михаила Туган-Барановского.

Редакционная коллегия конференции за содержание материалов докладов ответственности не несет.

УДК [640.4+338.48]:[33+005](082)
ББК 65.43-21-32я431

© Коллектив авторов, 2016

© ГО ВПО «Донецкий национальный университет экономики и торговли имени Михаила Туган-Барановского», 2016

ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВАМИ РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ

Мазуркевич І.О.

к.е.н., доцент

Вінницький торговельно-економічний інститут КНТЕУ, м. Вінниця

Одним із перспективних напрямків розвитку ринку послуг є розвиток ресторанного бізнесу як складової індустрії гостинності. Доступність послуг ресторанного бізнесу, цінова диференціація, розширення асортименту послуг та інноваційність в обслуговуванні споживачів сприяє розвитку та поширенню даного бізнесу. Саме тому актуальними постають завдання управління підприємствами ресторанного бізнесу з метою забезпечення підвищення результативності процесів виробництва, впровадженням сучасних технологій та прийомів забезпечення їх конкурентоспроможності на ринку, забезпечення тісного взаємозв'язку з усіма учасниками індустрії гостинності.

Огляд літературних джерел показав, що в теорії управління існує чимало поглядів та концепцій щодо визначення сутності «управління». Поряд із визначенням управління широко застосовують визначення менеджменту на підприємствах ресторанного господарства. Ряд вчених ототожнюють поняття «менеджмент» і «управління», інші – вважають за необхідність їх розмежовувати, треті – ототожнювати на мікроекономічному рівні і розмежовувати на макроекономічному. На нашу думку, при визначенні поняття «управління підприємствами ресторанного господарства», слід враховувати специфічні характеристики здійснення їх господарської діяльності. В нормативних актах визначено, що ресторанне господарство як вид економічної діяльності суб'єктів господарської діяльності щодо надавання послуг відносно задоволення потреб споживачів у харчуванні з організуванням дозвілля або без нього [1]. Хоча останнім часом все більшого застосування набуває визначення «ресторанного бізнесу» як сфери виробництва та реалізації

ресторанного продукту: «Ресторанний бізнес – це вид економічної діяльності з виконання соціального замовлення у вигляді послуг з найбільш повного задоволення потреб у харчуванні різних соціальних груп населення з метою реалізації місії підприємства по стійкому розвитку в матеріальній і нематеріальній формі, регулюванню грошових потоків, фінансовому забезпеченню, у відтворенні робочої сили на основі узгодження інтересів всіх ринкових суб'єктів» [2, с. 178]. Таке визначення є більш широким, притаманне ринковій економіці та дозволяє враховувати інтереси всіх учасників ринку послуг харчування. Узагальнюючи існуючі дослідження, найбільш доцільним при формуванні визначення сутності «управління» закладами ресторанного господарства є дотримання процесно-функціонального підходу, що дозволяє врахувати індивідуальні та загальні характеристики виконуваних функцій закладів ресторанного господарства. Отже, управління закладами ресторанного господарства – це комплекс заходів, методів та інструментів, спрямованих на забезпечення ефективної взаємодії процесів виробництва, реалізації та організації споживання кулінарної продукції з метою досягнення їх поточних та стратегічних цілей.

Таким чином, необхідність дослідження проблем управління закладами ресторанного господарства спричинене вагомим соціальним та економічним значенням даного сектора економіки. Сучасні умови господарювання стимулюють підприємців до пошуку та впровадженню нових підходів до організації управління, що сприятиме задоволенню суспільних та індивідуальних потреб всіх учасників ринку. В подальших дослідженнях потребує уточнення та узагальнення теоретико-методологічний інструментарій ефективності управління закладами ресторанного господарства.

Список використаної літератури:

1. Наказ №219 від 24.07.2002 «Про затвердження Правил роботи закладів (підприємств) ресторанного господарства» // Режим доступу: zakon3.rada.gov.ua

2. Сененко І.А. Сучасні підходи до організації управління готельно-ресторанним бізнесом // І.А. Сененко / Економічний простір №100. – 2015. – С. 171-180

ОСОБЛИВОСТІ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ В СФЕРІ ГОТЕЛЬНОГО БІЗНЕСУ

Майданіч Д.П.

Науковий керівник – Зуб М.Я., к.е.н.

Хмельницький торговельно-економічний коледж КНТЕУ, м. Хмельницький

Розширення в останньому десятилітті застосування новітніх технологій в індустрії гостинності призвело до скорочення робочих місць, яке в свою чергу стало причиною застосування альтернативних методів організації праці та збільшення творчого і новаторського підходів в управлінні.

У сфері обслуговування дуже важливо проводити правильний підбір працівників, що відповідають вимогам клієнтів. Багато співробітників знаходяться в безпосередньому контакті з клієнтами і автоматично залучені в процес досягнення основних цілей організації, а якість обслуговування залежить не тільки від їх майстерності, а й від їх свідомості. Задоволення клієнтів у сфері обслуговування досягається також ввічливістю персоналу, його чуйністю. А ефективне управління людьми перетворюється в найважливішу функцію управління персоналом.

Більшість компаній в індустрії гостинності не приділяють належної уваги управлінню персоналом, вважаючи персонал допоміжним компонентом. Однак, на мою думку, це невірно так як люди в індустрії є щонайменше частиною підприємства і все більше частиною кінцевого продукту, за що організація отримує гроші від клієнтів. Наприклад, гість в готелі платить не тільки за проживання, за безпеку, за чистоту, а й за увагу службовців готелю.

Калинина Л.Е. Роль персонала в логистической системе управления ПГБ (предприятиями гостиничного бизнеса)	91
Мазуркевич І.О. Теоретичні основи управління підприємствами ресторанного бізнесу.....	93
Майданіч Д.П., Зуб М.Я. Особенности управления персоналом в сфере готельного бизнеса.....	95
Малашина А.О., Левченко М.Н. Мотивационные факторы в управлении персоналом предприятий гостинично-ресторанного бизнеса.....	97
Марчик В.И., Заремба П.А. Особенности менеджмента в гостиничном бизнесе.....	99
Овдиенко В.Д., Заремба В.П. Менеджмент в гостинично-ресторанном бизнесе.....	102
Сафронова Е.О., Шепелева С.В. К вопросу о формировании штатного расписания гостиничного СПА-комплекса.....	104
Трегубчук А.А., Заремба П.А. Состояние гостиничного рынка Москвы. Анализ и перспективы.....	106
Фруцкая В.В., Слинкова О.К. Управление качеством гостиничных услуг.....	109
Цапко А.Л., Сардак Е.В. Концепция брендинга работодателя.....	110
Цыганок А.К., Заремба П.А. Применение тайм-менеджмента в предприятиях ресторанного хозяйства.....	113

СЕКЦИЯ 3. МАРКЕТИНГ ГОСТИНИЧНО-РЕСТОРАННОГО БИЗНЕСА

Апонюк М.А., Савельева Е.В. Принципы антикризисного PR.....	117
Афендулов Ю.Н., Гончарова М.В. Факторы успеха для новых брендов.....	119