

НАЦІОНАЛЬНИЙ
ТЕХНІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
“ХАРКІВСЬКИЙ
ПОЛІТЕХНІЧНИЙ
ІНСТИТУТ”

Всеукраїнська
науково-практична
конференція

МАРКЕТИНГОВІ ТА
ОРГАНІЗАЦІЙНІ
МЕХАНІЗМИ
ПОВОЄННОГО
РОЗВИТКУ ГАЛУЗІ
ГОСТИННОСТІ ТА
ТУРИЗМУ УКРАЇНИ

14 -15 Листопада
2023 року

ХАРКІВ



МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
«ХАРКІВСЬКИЙ ПОЛІТЕХНІЧНИЙ ІНСТИТУТ»

МАРКЕТИНГОВІ ТА ОРГАНІЗАЦІЙНІ
МЕХАНІЗМИ ПОВОЄННОГО
РОЗВИТКУ ГАЛУЗІ ГОСТИННОСТІ ТА
ТУРИЗМУ УКРАЇНИ

Матеріали
I Всеукраїнської науково-практичної конференції
(14-15 листопада 2023 року)
Частина 2

Харків
2023

УДК 379.85:338.48(063)
М 26

М 26 Маркетингові та організаційні механізми повоєнного розвитку галузі гостинності та туризму України: зб. тез доповідей I Всеукр. наук.-практ. конф. (14-15 листопада 2023 року, м. Харків). Частина 2. – Харків : Нац. техн. ун-т «Харків. політехн. ін-т», 2023. – 324 с.

Збірник містить матеріали I Всеукраїнської науково-практичної конференції «Маркетингові та організаційні механізми повоєнного розвитку галузі гостинності та туризму України», яка відбулася 14-15 листопада 2023 року. У тезах доповідей частини 2 збірника висвітлено результати досліджень фінансово-економічних та організаційних засад розвитку сфери гостинності і туризму, а також тенденції діджиталізації та Startup-проектів у сфері туризму і гостинності.

Матеріали збірника будуть корисними для здобувачів, викладачів, науковців та працівників індустрії туризму та сфери гостинності.

Матеріали публікуються в авторській редакції

ISBN 978-617-05-0429-6

©Національний технічний університет
«Харківський політехнічний інститут», 2023

Назаренко М. В. КОНЦЕПЦІЯ ЗАКЛАДУ ГОСТИННОСТІ ЯК ФАКТОР УСПІШНОСТІ	86
Валінкевич Н.В., Несененко Я.С. ТРУДОВИЙ ПОТЕНЦІАЛ ЯК ЗАПОРУКА РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА	88
Носирев О.О. , Шевченко А.М., Колеснікова А.Д. ОРГАНІЗАЦІЙНО-ЕКОНОМІЧНІ ВЕКТОРИ ВІДНОВЛЕННЯ ТУРИСТИЧНО-РЕКРЕАЦІЙНОГО ПОТЕНЦІАЛУ	90
Нуца С. В., Компанець К. А. (науковий керівник) САНКЦІЇ І СФЕРА ГОСТИННОСТІ УКРАЇНИ: ВИКЛИКИ ТА ШЛЯХИ ПОДОЛАННЯ	94
Овчарик Р.Ю., Назарова К.О., Копотієнко Т.Ю. АУДИТОРСЬКА ДІЯЛЬНІСТЬ В УМОВАХ ВОЄННОГО ТА ПОВОЄННОГО СТАНУ: СТАН, ТЕНДЕНЦІЇ, ПЕРСПЕКТИВИ	97
Однолько В.О. МЕТОДИ ЦІНОУТВОРЕННЯ В ІНДУСТРІЇ ГОСТИННОСТІ	100
Павлова С.І., Кім Е. О. ВИБІР ПОСТАЧАЛЬНИКІВ ХАРЧОВИХ ПРОДУКТІВ У ЗАКЛАДАХ РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА	103
Поп'як А.О., Хитра О.В. ЕФЕКТИВНЕ ВИКОРИСТАННЯ НАВЧАЛЬНОГО ЧАСУ ЯК ПЕРЕДУМОВА ПІДВИЩЕННЯ АКАДЕМІЧНОЇ УСПІШНОСТІ СТУДЕНТІВ СПЕЦІАЛЬНОСТІ «ТУРИЗМ І РЕКРЕАЦІЯ»	106
Попик М.М., Шулла Р.С., Лакатош Н.І. КОНТРОЛЬ І ОЦІНКА ДІЯЛЬНОСТІ ПЕРСОНАЛУ ПІДПРИЄМСТВ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ	112
Попик М.М., Шулла Р.С., Дубинюк І.В. ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ УПРАВЛІННЯ БІЗНЕС-ПРОЦЕСАМИ НА ПІДПРИЄМСТВАХ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ	115
Попик М.М., Шулла Р.С., Ковач А.В. ПІДВИЩЕННЯ РЕНТАБЕЛЬНОСТІ ОПЕРАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ	118
Радченко Р. В., Колонтаєвський О. П. АНТИКРИЗОВЕ УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВАМИ ІНДУСТРІЇ ГОСТИННОСТІ	120
Райко Д. В., Саліонович Л. М., Паймаш Г. В. МАРКЕТИНГОВІ АСПЕКТИ І ОСОБЛИВОСТІ ТУРИЗМУ ДЛЯ ЛЮДЕЙ З ОСОБЛИВИМИ ПОТРЕБАМИ	126
Чернишова Т.М., Рубан В.М. УПРАВЛІННЯ РЕСУРСНИМ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯМ МУЗЕЮ	131
Саволюк Н.В., Антонюк К.Г. ШЛЯХИ ПІДВИЩЕННЯ СТИМУЛЮВАННЯ ПРАЦІ ПРАЦІВНИКІВ ТУРИСТИЧНОГО ПІДПРИЄМСТВА	133
Савонік Т. П., Гембаль С. М., Мартинюк Є. А. СУЧАСНІ ІННОВАЦІЙНІ ІНФОРМАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ ТА ЇХ ЗАСТОСУВАННЯ В МІЖНАРОДНОМУ ТУРИЗМІ	135
Скопєнь М.М., Красавцева Л. Ю. ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ПОВОЄННОГО РОЗВИТКУ ГОТЕЛЬНОЇ ІНДУСТРІЇ В УМОВАХ ПОДАТКОВИХ КАНКУЛ	138
Сорокіна В.П., Мануйлова А.В., Акмен В.О. БУДІВЕЛЬНІ МАТЕРІАЛИ ДЛЯ ПОВОЄННОГО РОЗВИТКУ НОВИХ АРХІТЕКТУРНИХ РІШЕНЬ ГОТЕЛІВ	142
Ткачук С.Р., Охріменко А.Г. СТРАТЕГІЇ ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ СУБ'ЄКТІВ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ УКРАЇНИ ПІД ЧАС ВОЄННОГО СТАНУ	145
Уніят Л.М., Постельнік С.В. ЕТАПИ ФОРМУВАННЯ ОРГАНІЗАЦІЙНОЇ КУЛЬТУРИ В ТУРИСТИЧНИХ ОРГАНІЗАЦІЯХ	149
Мустеца І. В., Фербей Г. М. ОРГАНІЗАЦІЙНІ ЗАСАДИ РОЗВИТКУ ГОСТИННОСТІ ТА ТУРИЗМУ В УМОВАХ ВІЙНИ	151
Фірчук М.С., Мустеца І.В. УКРАЇНСЬКИЙ ТУРИЗМ В УМОВАХ ВІЙНИ	153
Холодок В.Д., Медведєв С.В. ІНКЛЮЗИВНИЙ ТУРИЗМ: ДОСВІД ТА НАПРЯМКИ РОЗВИТКУ В ХАРКІВСЬКІЙ ОБЛАСТІ	157
Чебан Ю.Ю., Черкас А.В., Ганженко А.О. РОЛЬ БУХГАЛТЕРСЬКОГО ОБЛІКУ У РОЗВИТКУ БІЗНЕСУ СФЕРИ ХАРЧУВАННЯ	160
Чистикова В., Стригуль Л.С. КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ СУБ'ЄКТІВ ТУРИСТИЧНОГО БІЗНЕСУ	162
Шелестюк А. В., Хитра О. В. РОЛЬ НАВИЧОК ЕФЕКТИВНОГО ТАЙМ-МЕНЕДЖМЕНТУ У ПРОФЕСІЙНОМУ РОЗВИТКУ ПРАЦІВНИКІВ ТУРИСТИЧНОГО ПІДПРИЄМСТВА	165
Шепель І.В. СУЧАСНІ ІНФОРМАЦІЙНІ СИСТЕМИ ФІНАНСОВОГО ОБЛІКУ ДЛЯ МАЛОГО БІЗНЕСУ	170
Шуплат О.М. ФІНТЕХ В ІНДУСТРІЇ ТУРИЗМУ ТА ГОСТИННОСТІ	173

Саволюк Н.В.
здобувач вищої освіти група Т-41д
кафедри туризму та готельно-ресторанної справи
Антонюк К.Г.
доктор філософії,
доцент кафедри туризму та готельно-ресторанної справи
Вінницький торговельно-економічний інститут
Державного торговельно-економічного університету
м. Вінниця, Україна

ШЛЯХИ ПІДВИЩЕННЯ СТИМУЛЮВАННЯ ПРАЦІ ПРАЦІВНИКІВ ТУРИСТИЧНОГО ПІДПРИЄМСТВА

Значне зростання конкуренції на ринку спонукало бізнес більше зосереджуватися на мотивації своїх співробітників, оскільки висока мотивація працівників туристичних організацій має вирішальне значення для забезпечення ефективності всієї організації. Для забезпечення стабільної конкурентоспроможності туристичних підприємств в сучасних ринкових умовах одним із найважливіших факторів є ентузіазм працівників, який є ключовим фактором розвитку підприємства.

Значний внесок в стимулювання праці персоналу, знайшли відображення в роботах зарубіжних вчених: Й. Шумпетер, Д. Рікардо, Дж. М. Кейнс, А. Сміт та інші. Вирішення загальної проблеми підвищення мотивації трудової діяльності присвячено дослідження таких відомих учених, як Д. П. Богиня, В. М. Гончаров, В. М. Данюк, А. М. Колот, Т. А. Костишина, А. М. Гриненко та багатьох інших.

Управління туристичними підприємствами – це особлива комбінація системних, адаптованих та контекстуалізованих методів управління, завдяки чому обслуговуюча діяльність туристичних підприємств може найбільшою мірою адаптуватися до потреб сучасних споживачів, мати можливість змінювати й оновлювати обсяг послуг вчасно. Ця здатність, це основа конкурентоспроможності та економічної переваги [2, с. 516].

У сучасній літературі розрізняють чотири основні форми стимулів в туризмі:

– заходи впливу. Історія свідчить про широке застосування заходів примусу, від тілесних покарань до конфіскації майна. У демократичному суспільстві на підприємствах застосовуються заходи адміністративного примусу: повідомлення, переведення, перенесення відпустки, догана, звільнення;

– матеріальне заохочення. Сюди входять заохочення в матеріальній формі: заробітна плата і тарифні ставки, винагороди за результатами роботи, надбавки до прибутку або прибутку, винагороди, ваучери, кредити на купівлю автомобіля чи меблів, кредити на будівництво житла тощо;

– моральне заохочення. Стимули, спрямовані на задоволення духовних і моральних потреб людини: подяки, почесні грамоти, дошки пошани, почесні звання, вчені ступені, дипломи, публікації в пресі, урядові нагороди та інше;

–самоствердження – це внутрішній потяг людини, який спонукає її до досягнення поставлених цілей без прямого зовнішнього заохочення. Це найпотужніший стимул, відомий у природі, але він проявляється лише у найрозвиненіших членів суспільства.

У процесі туристичної діяльності між суб'єктами туристичного ринку виникають виробничі, фінансові й інформаційні відносини, що також потребують зовнішнього та внутрішнього стимулювання.

Зовнішнє стимулювання здійснюється завдяки механізмам ринку та державного регулювання. Намагаючись отримати соціально-економічний ефект від збалансованого розвитку туризму в країні, держава формує нормативно-правові, регуляторні, інституційні та фінансові механізми перетворення туризму на високорентабельну економічну галузь, складовими яких є системи стимулювання створення та просування на ринок конкурентоспроможного туристичного продукту.

Формуються також механізми стимулювання у сфері туризму. Технічні, фінансові та інформаційні зв'язки між підприємствами в туристичному секторі визначають взаємозалежність результатів роботи окремих підприємств і, таким чином, їх персоналу, і сприяють створенню специфічних форм стимулювання в секторі або на регіональному рівні.

Насправді виробники послуг зацікавлені в ефективній роботі туроператорів і турфірм, оскільки перші через свої послуги формують туристичний продукт і реалізують його самостійно або через агентів [1, с. 61].

Тому бізнес-посередники, пов'язані з виробниками основних туристичних послуг, розробили спеціальні програми співпраці, що включають заходи щодо стимулювання індивідуальної діяльності підприємств та їх працівників. Для побудови ефективних торговельних мереж туроператори та виробники вживають заходів для забезпечення охоплення своїх посередників та запобігання надмірній конкуренції між ними [1, с. 58].

Основу концепції управління персоналом туристичного підприємства в цей час становить зростаюча роль особистості працівника, знання його мотиваційних установок, уміння їх формувати й направляти відповідно до завдань, що стоять перед підприємством.

Складовою частиною загальної системи управління персоналом, насамперед невід'ємною частиною системи розвитку персоналу, є атестація та оцінка працівників. Ці завдання дозволяють оцінити потенціал і професійні здібності наявного персоналу, сформувані систему оцінки якості персоналу та ефективну систему стимулювання талантів [3, с. 76].

Обґрунтована оцінка та стимулювання персоналу сприяють досягненню вищих показників і результатів роботи. Зміни у співвідношенні працівників з працею підвищують загальну прибутковість і конкурентоспроможність

туристичних підприємств і є першочерговими цілями збереження та розвитку туристичних підприємств у ринкових умовах.

Правильно оцінюючи людей, кожен член команди знайде цінні застосування, а лідери зміцнять свій авторитет, вмюючи серйозно ставитися до HR. Така синергія сприяє зростанню популярності процедур оцінки персоналу.

Таким чином, ефективність системи стимулювання на туристичному підприємстві полягає в задоволенні потреб і спрямуванні трудової активності кожного працівника на досягнення загальних цілей підприємства. Важливим аспектом цього процесу є трансформація виробничих завдань та цілей організації в конкретні вимоги до виробничої поведінки працівників та ефективна оцінка продуктивності їх праці.

Список використаних джерел:

1. Діденко В.М. Менеджмент: підручник. Київ: Кондор, 2019. 584с.
2. Гусаренко К.М. *Мотивація працівників як метод підвищення ефективності діяльності підприємств туристичної сфери. Світові досягнення і сучасні тенденції розвитку туризму та готельно-ресторанного господарства: Матеріали Міжнар. наук.-практ. конф. м. Запоріжжя, 25 листопада 2022 р. Запоріжжя: НУ «Запорізька політехніка», 2022. 770 с. С.515-518.*
3. Мальська М.П., Гамкало М.З., Романів П.В. Активний туризм: теорія та практика: підручник. Київ: Видавець ФОП Піча Ю.В., 2022. 252 с.

Савонік Т. П.
*викладач кафедри фундаментальних
та спеціальних дисциплін
Нововолинський навчально-науковий інститут
економіки та менеджменту
«Західноукраїнський національний університет»
м. Нововолинськ, Україна*
Гембаль С. М.
здобувач вищої освіти
Мартинюк Є. А.
*здобувач вищої освіти
Західноукраїнський національний університет
м. Тернопіль, Україна*

СУЧАСНІ ІННОВАЦІЙНІ ІНФОРМАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ ТА ЇХ ЗАСТОСУВАННЯ В МІЖНАРОДНОМУ ТУРИЗМІ

Активна цифровізація суспільства в сучасних умовах впливає на різні галузі економіки. З кожним роком кількість інноваційних інформаційних технологій також активно зростає. Індустрія туризму не стала винятком, а тому