



**Харківський національний університет
міського господарства імені О.М. Бекетова**



Кафедра туризму і готельного господарства

**СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ ІНДУСТРІЇ
ТУРИЗМУ ТА ГОСТИННОСТІ: ГЛОБАЛЬНІ ВИКЛИКИ**

**ЗБІРНИК МАТЕРІАЛІВ
IV МІЖНАРОДНОЇ
НАУКОВО-ПРАКТИЧНОЇ
КОНФЕРЕНЦІЇ**

**15 квітня 2025 року
Харків, Україна**

Рада молодих вчених при Міністерстві освіти і науки України
ВГО «Інноваційний університет»
Управління культури і туризму Харківської обласної державної адміністрації
Харківський обласний туристсько-спортивний союз
Харківський національний університет міського господарства імені О.М. Бекетова
Варненський вільний університет (Болгарія)
AGH Науково-технічний університет (Польща)
Varna University of Management (Болгарія)
Центральноукраїнський національний технічний університет, м. Кропивницький
Національний технічний університет «Дніпровська Політехніка»
Харківський національний економічний університет імені Семена Кузнеця
Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна
Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут»
Хмельницький національний університет
Запорізький національний університет
Волинський національний університет імені Лесі Українки, м. Луцьк
Криворізький національний університет
Університет митної справи та фінансів, м. Дніпро
Черкаський державний технологічний університет, м. Черкаси
Національний університет «Запорізька політехніка»
Державний біотехнологічний університет, м. Харків
Навчально-науковий інститут «Українська інженерно-педагогічна академія»
Харківського національного університету ім. В.Н. Каразіна
Вінницький національний аграрний університет
Львівський торговельно-економічний університет
Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника
Луцький національний технічний університет
Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара м. Дніпро
Державний торговельно-економічний університет, м. Київ
Підманівська філія ОЗ «Світязький ліцей»
Державний університет «Житомирська політехніка»
Національний університет «Чернігівська політехніка»
Хмельницький університет управління та права імені Леоніда Юзькова
Криворізький державний педагогічний університет
Кременчуцький національний університет імені Михайла Остроградського
Міжрегіональна Академія Управління персоналом
Навчально-науковий інститут економіки і торгівлі ім. М.Туган-Барановського
ВСП «Хмельницький торговельно-економічний фаховий коледж ДТЕУ»

«СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ ІНДУСТРІЇ ТУРИЗМУ ТА ГОСТИННОСТІ: ГЛОБАЛЬНІ ВИКЛИКИ»

МАТЕРІАЛИ IV МІЖНАРОДНОЇ НАУКОВО-ПРАКТИЧНОЇ КОНФЕРЕНЦІЇ

Харків 2025

«Сучасні тенденції розвитку індустрії туризму та гостинності: глобальні виклики»: матеріали міжнародної науково-практичної конференції, м. Харків / колектив авторів; Харківський національний університет міського господарства імені О.М. Бекетова, 2025. – 425 с.

Доповіді науково-практичної конференції містять результати досліджень стосовно теоретичних, методичних та практичних підходів щодо розвитку міжнародного та внутрішнього туризму; розвитку гостинності та інфраструктури дестинацій; економіки, менеджменту та маркетингу підприємств індустрії туризму і гостинності; розвитку інновацій, інформаційних та digital-технологій в індустрії туризму і гостинності; організації екскурсійного обслуговування в дестинаціях. Призначено для наукових, науково-педагогічних працівників, фахівців з туризму та економіки, студентів, аспірантів.

Роботи друкуються в авторській редакції. Редакційна колегія не несе відповідальності за достовірність статистичної та іншої інформації, яку надано в рукописах, а також коректність цитованості матеріалу, і залишає за собою право не розподіляти поглядів деяких авторів на питання, що розглянуто на конференції.

Організаційний комітет:

Голова: Бабаєв В. М., ректор ХНУМГ ім. О. М. Бекетова, д-р наук з держ. управління, професор

Заступники голови: Сухонос М. К., проректор з наукової роботи ХНУМГ ім. О. М. Бекетова, д-р техн. наук, професор

Старостіна А. Ю. канд. техн. наук, доцент, начальник науково-дослідної частини ХНУМГ ім. О. М. Бекетова;

Члени організаційного комітету:

Оболенцева Л. В., завідувачка кафедри Туризму і готельного господарства, д-р екон. наук, професор;

Dimitrina Kamenova, Professor, PhD (VUM, Barna, Bulgaria);

Giuseppe T. Cirella, Professor, PhD, Director and Head of Research Polo Centre of Sustainability;

Богдан Н. М., д-р екон. наук, професор кафедри Туризму і готельного господарства ХНУМГ ім. О.М. Бекетова;

Угоднікова О. І., канд. екон. наук, доцент, завідувачка кафедри фінансів обліку і безпеки бізнесу ХНУМГ ім. О.М. Бекетова, голова Первинної профспілкової організації студентів ХНУМГ ім. О. М. Бекетова, голова ГО «Надихай», член Центрального комітету Профспілки працівників освіти і науки України;

Давидов Є.О., асистент кафедри кафедри Туризму і готельного господарства ХНУМГ ім. О.М. Бекетова.

Таким чином, систематична розробка, вдосконалення та раціональний вибір методів ідентифікації є ключовими чинниками для створення ефективного бар'єра, який сприятиме мінімізації розповсюдження фальсифікованої продукції на споживчому ринку.

Список літератури

1. Борисенко О. С., Фісун Ю. В. Тенденції розвитку товарознавства в сучасних умовах. Економіка і суспільство. 2017. № 13. С. 381–387.
2. Дубініна А. А., Овчиннікова І. Ф., Дубініна С. О. та ін. Методи визначення фальсифікації товарів: підручник. К.: «Видавничий дім «Професіонал», 2010. 272 с.
3. І. Чернега, В. Уланчук, та ін. Розвиток товарознавства у сучасних умовах. Актуальні питання у сучасній науці. № 2(8), 2023. С.60–69.

УДК 338.488.2:640.41:339.137.2

Крамаренко Д. П.

канд. техн. наук, доцент,
доцент кафедри готельного, ресторанного бізнесу
і крафтових технологій

Безсонний В. Л.

канд. тех. наук, доцент,
доцент кафедри готельного, ресторанного бізнесу
і крафтових технологій

Фенчук Д. В.

здобувач 4 курсу, гр. ГРС 6.02.241.010.21.2
науковий керівник – канд. техн. наук, доц. Безсонний В. Л.
*Харківський національний економічний
університет імені Семена Кузнеця*

КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ – ФАКТОР ПІДВИЩЕННЯ ПРИБУТКОВОСТІ ГОТЕЛІВ

Конкурентна перевага готелю полягає в успішній та ефективній діяльності на ринку готельних послуг. Індустрія гостинності є важливою складовою туристичної галузі та становить глобальний бізнес, орієнтований на клієнтоцентричне обслуговування. В умовах сучасного вітчизняного бізнес-середовища на ринку гостинності та туристичних послуг необхідно реалізувати комплексний підхід щодо формування та закріплення конкурентних переваг з метою підвищення конкурентоспроможності суб'єктів готельного бізнесу [1].

Запорукою комерційного успіху готелю є забезпечення функціональної компетентності на всіх рівнях організаційної ієрархії та в

усіх підрозділах. Це формує потребу в постійному підвищенні конкурентоспроможності послуг, що надаються.

У сучасних умовах готелі України мають такі вагомі конкурентні переваги: розташування, асортимент додаткових послуг, якість номерного фонду та гнучка цінова політика.

Кожен готель повинен правильно оцінити свою ринкову позицію, щоб визначити найбільш ефективні стратегічні заходи та інструменти конкурентної боротьби. Стратегія підвищення конкурентоспроможності індустрії гостинності має враховувати загальний рівень конкурентоспроможності країни як у відповідних секторах економіки, так і в цілому.

Варто зазначити, що основними передумовами розробки стратегії управління конкурентоспроможністю індустрії гостинності з метою підвищення її прибутковості є проведення комплексних досліджень щодо формування принципів управління готельним бізнесом, застосування наукових підходів у процесі розробки та прийняття управлінських рішень, а також фокусування на інноваційних технологіях у розвитку готельного бізнесу.

Основними рекомендаціями щодо вирішення завдань у сфері готельного господарства для підвищення конкурентоспроможності відображено на рис.1.



Рисунок 1 – Варіанти підвищення конкурентоспроможності у сфері готельного господарства

Вважаємо, що реалізація цих рекомендацій дозволить суттєво підвищити якість послуг, що в сучасних умовах є необхідним інструментом для ефективної діяльності та посилення конкурентоспроможності готельних підприємств. Варто підкреслити, що підвищення конкурентоспроможності

готелів також тісно пов'язане з необхідністю її об'єктивного оцінювання. Наразі не існує загальноприйнятої методики оцінки конкурентоспроможності сучасного готелю. У розвинених країнах світу переважно використовуються кількісні методи оцінки. Вони базуються на системному аналізі та відображають стан підприємств індустрії гостинності за всіма ключовими параметрами.

Використання такої системи показників для визначення рівня конкурентоспроможності готелю не завжди можливе, оскільки більшість необхідної для розрахунків інформації становить комерційну таємницю підприємств. Базовими критеріями оцінки рівня конкурентоспроможності готелю залишаються якість послуг, їх ціна та рівень обслуговування.

Можна стверджувати, що в сучасних ринкових умовах головною метою готельного господарства є досягнення конкурентних переваг у довгостроковій перспективі, забезпечення високого рівня прибутковості та сталого економічного розвитку. Без добре продуманої стратегії готельний бізнес втрачає підприємницьку активність, стагнує, що призводить до погіршення фінансових показників.

Список літератури

1. Петрушенко М. В. Шляхи підвищення конкурентоспроможності готельного підприємства. *Комунальне господарство міст*. 2013. №. 108. С. 591-597.

УДК 005.34:642.5:111.852

Свідло К.В.,

д-р техн.наук, професор кафедри туризму і готельного господарства

Сафарлі Х.С.,

здобувач першого рівня освіти

Харківського національного університету міського господарства

імені О.М. Бекетова

ОСОБЛИВОСТІ РОЗРОБКИ ФІРМОВОГО СТИЛЮ ЗАКЛАДІВ РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА

Визначальною умовою формування позитивного іміджу закладу ресторанних послуг та його успіху на ринку є фірмовий стиль закладу ресторанного господарства. Фірмовий стиль є відображення атмосфери закладу, його візитівка, яка формує естетичного сприйняття споживачами даного підприємства. Концепт закладу, його імідж, репутація та рівень довіри споживачів до нього формується за рахунок фірмового стилю. Просуванню бренду закладу на ринку ресторанних послуг сприяє фірмовий стиль, який формується з використанням потужних рекламних маркетингових інструментів. Саме тому дослідження теоретичних та практичних аспектів Формування фірмового стилю на підприємствах

Тищук І.В. ОСОБЛИВОСТІ ОРГАНІЗАЦІЇ КЕЙТЕРИНГУ У РЕСТОРАННІЙ СФЕРІ: ТЕХНОЛОГІЇ ТА МЕТОДИ.....	100
Тищук І.В. МЕТОДОЛОГІЧНІ ПІДХОДИ ДО ІДЕНТИФІКАЦІЇ ТОВАРІВ ЯК ІНСТРУМЕНТ ПРОТИДІЇ ФАЛЬСИФІКАЦІЇ НА СПОЖИВЧОМУ РИНКУ.....	104
Крамаренко ДП., Безсонний В.Л., Фенчук Д.В. КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ – ФАКТОР ПІДВИЩЕННЯ ПРИБУТКОВОСТІ ГОТЕЛІВ.....	106
Свідло К.В., Сафарлі Х.С. ОСОБЛИВОСТІ РОЗРОБКИ ФІРМОВОГО СТИЛЮ ЗАКЛАДІВ РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА.....	108
Черевична Н.І., Сова С.В. БІЗНЕС-ГОТЕЛІ ЯК КЛЮЧОВИЙ ЕЛЕМЕНТ ІНФРАСТРУКТУРИ ДІЛОВОГО ТУРИЗМУ.....	111
Дуб В.В., Іллющенко Н.І., Бричка Б.О. ПЕРСПЕКТИВА РОЗБУДОВИ ІНДУСТРІЇ ГОСТИННОСТІ КІРОВОГРАДЩИНИ З УРАХУВАННЯМ РЕАЛІЙ ВІЙНИ.....	113
Рогова А.Л., Лівий Б.О. ВПЛИВ ПСИХОЛОГІЧНИХ ФАКТОРІВ НА СПОЖИВАННЯ ПРОДУКЦІЇ РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА.....	115
Сорока Р.С. СПЕЦИФІКА ПОЧАТКОВОЇ СТАДІЇ БІЗНЕС-ПЛАНУВАННЯ РЕСТОРАННИХ ЗАКЛАДІВ.....	117
Шейко Ю.О., Слуцький А. Ю. КОНЦЕПЦІЯ «ЗЕЛЕНОГО МАРКЕТИНГУ» В УПРАВЛІННІ ПІДПРИЄМСТВАМИ ІНДУСТРІЇ ГОСТИННОСТІ.....	120
Язіна В.А. ЕМОЦІЙНИЙ ІНТЕЛЕКТ ЯК СКЛАДОВА ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ.....	124
Янюк О.В. ШВЕДСЬКА ЛІНІЯ – ВАЖЛИВИЙ АСПЕКТ У ОБСЛУГОВУВАННІ.....	126
Герман І.В. ОСНОВНІ ВАЖЕЛІ СУЧАСНОГО РОЗВИТКУ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА В УКРАЇНІ.....	128
Кирилюк О.М., Кобиляцька С.С. ПРОБЛЕМИ ІНДУСТРІЇ ГОСТИННОСТІ В УМОВАХ ВОЄННОГО СТАНУ ТА НАРЯМИ ПІСЛЯВОЄННОГО ВІДНОВЛЕННЯ.....	130
Поротікова В.О., Запаренко Г.В. ОНОВЛЕННЯ СИСТЕМИ ОРГАНІЗАЦІЇ ХАРЧУВАННЯ В ДИТЯЧИХ ЗАКЛАДАХ ОЗДОРОВЛЕННЯ ТА ВІДПОЧИНКУ.....	133
Ратушна А.В., Прилуцький А.М. ГАСТРОНОМІЧНИЙ ТУРИЗМ ЯК СКЛАДОВА МАРКЕТИНГОВОЇ СТРАТЕГІЇ РЕСТОРАНУ.....	135
Чуєва І.О. ЯКІСТЬ МЕНЕДЖМЕНТУ СФЕРИ ГОСТИННОСТІ.....	138
Марущак В.О., Прилуцький А.М. СУЧАСНІ БІЗНЕС-МОДЕЛІ КЕЙТЕРИНГОВИХ ПОСЛУГ: ТРЕНДИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ.....	140
Krasnokutska Iu., Ushakov M. IMPLEMENTATION OF SUSTAINABLE DEVELOPMENT PRACTICES AS COMPONENTS OF A HOTEL IMAGE..	142
Александрова С.А., Светлічна В.Ю. ТРАНСФОРМАЦІЯ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ ВІТЧИЗНЯНОГО ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ В УМОВАХ ВІЙНИ.....	144