

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
ХЕРСОНСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ  
АГРАРНО-ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**



**ЕКОНОМІЧНИЙ ФАКУЛЬТЕТ**



**КАФЕДРА ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО ТА ТУРИСТИЧНОГО БІЗНЕСУ  
Й ІНОЗЕМНИХ МОВ**

**Збірник матеріалів  
І Всеукраїнської науково-практичної конференції  
«СУЧАСНИЙ СТАН ТА ПОТЕНЦІАЛ РОЗВИТКУ  
ІНДУСТРІЇ ГОСТИННОСТІ В УКРАЇНІ»**

**23 квітня 2021 року**

**Херсон**

**УДК: 640.4**

Сучасний стан та потенціал розвитку індустрії гостинності в Україні: зб. матеріалів І Всеукр. наук. – практ. конф. (м.Херсон, 23 квітня 2021 р.) / за ред. доц. Морозової О.С. Херсон : ХДАЕУ, 2021. 327 с.

У матеріалах конференції розглянуто економічні, екологічні та організаційні аспекти розвитку потенціалу підприємств туристичної індустрії та суміжних галузей в умовах світової економічної кризи. Досліджено менеджмент підприємств індустрії гостинності в умовах світової фінансової кризи: виклики й можливості, сильні та слабкі сторони. Висвітлено інноваційні технології та менеджмент якості продукції та послуг готельно-ресторанного, туристичного та рекреаційного бізнесу. Визначено сучасні тренди розвитку внутрішнього та зовнішнього туризму та готельно-ресторанного бізнесу в Україні та світі. Проаналізовано заходи щодо удосконалення маркетингового комплексу підприємств індустрії гостинності.

**Затверджено до друку та поширення через мережу Інтернет  
Вченою радою економічного факультету ХДАЕУ  
(протокол № 10 від 26 травня 2021 р.)**

Призначено для науково-педагогічних працівників, науковців, докторантів, аспірантів, студентів, представників органів влади, громадських організацій та підприємств.

Матеріали доповідей друкуються в авторській редакції. Автори опублікованих матеріалів несуть відповідальність за їхній зміст, достовірність наведених фактів, посилань тощо.

**© Херсонський державний аграрно-економічний університет  
Кафедра готельно-ресторанного та туристичного бізнесу й іноземних мов**

## ЗМІСТ

<b>СЕКЦІЯ 1. ЕКОНОМІЧНІ, ЕКОЛОГІЧНІ ТА ОРГАНІЗАЦІЙНІ АСПЕКТИ РОЗВИТКУ ПОТЕНЦІАЛУ ПІДПРИЄМСТВ ТУРИСТИЧНОЇ ІНДУСТРІЇ ТА СУМІЖНИХ ГАЛУЗЕЙ В УМОВАХ СВІТОВОЇ ЕКОНОМІЧНОЇ КРИЗИ</b>	12
<b><i>Беженар І. М.</i></b> РОЗВИТОК ВІВЧАРСТВА У ПОЄДНАННІ З ІНДУСТРІЄЮ ГОСТИННОСТІ	13
<b><i>Воробйова Н. П.</i></b> РОЗВИТОК РЕКРЕАЦІЙНО-ТУРИСТИЧНОЇ СФЕРИ УКРАЇНИ В УМОВАХ ПАНДЕМІЇ	16
<b><i>Гурова Д. Д., Шеєнко О. Є.</i></b> ГОТЕЛЬНА ІНДУСТРІЯ В ПЕРІОД ПАНДЕМІЇ COVID-19	19
<b><i>Заваріка Г. М., Чуєва Т. Д.</i></b> СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ЛІКУВАЛЬНО-ОЗДОРОВЧИХ ЗАКЛАДІВ ЛУГАНСЬКОЇ ТА ДОНЕЦЬКОЇ ОБЛАСТЕЙ	21
<b><i>Карнаушенко А. С.</i></b> ПІДВИЩЕННЯ ЕКОНОМІЧНОЇ ЕФЕКТИВНОСТІ ГОСПОДАРСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ТОРГОВЕЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВ	24
<b><i>Ковальов Д. В.</i></b> ТУРИСТИЧНА СФЕРА ХЕРСОНСЬКОЇ ОБЛАСТІ, ЯК ВАЖЛИВА СКЛАДОВА РОЗВИТКУ РЕГІОНУ	27
<b><i>Краля В. Г., Драгун Т. П.</i></b> МЕХАНІЗМ УПРАВЛІННЯ ЯК НЕОБХІДНИЙ КОМПОНЕНТ РОЗВИТКУ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ ТУРИЗМОМ	30
<b><i>Краля В. Г., Єрьоміна Т. Ю.</i></b> ЦІЛЬОВИЙ РОЗВИТОК ПЕРСОНАЛУ ЯК ФАКТОР УСПІШНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ОРГАНІЗАЦІЙ У СФЕРІ ГОСТИННОСТІ	33
<b><i>Лазарева О. В.</i></b> ТАКТИКА РОЗВИТКУ ПОТЕНЦІАЛУ ЗАПОВІДНИХ ТЕРИТОРІЙ	35
<b><i>Миронов Ю. Б.</i></b> ЕКОНОМІЧНИЙ ТА СОЦІОПСИХОЛОГІЧНИЙ ВПЛИВ ПАНДЕМІЇ COVID-19 НА ІНДУСТРІЮ ТУРИЗМУ ТА ГОСТИННОСТІ	38
<b><i>Морозова О. Г.</i></b> ДІАГНОСТИКА СТРАТЕГІЇ НАПРЯМІВ ДІЯЛЬНОСТІ РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ	42
<b><i>Сисоєнко І. А., Семибратня В. В.</i></b> СПРАВЛЯННЯ ТУРИСТОЧНОГО ЗБОРУ У ХЕРСОНСЬКІЙ ОБЛАСТІ	44
<b><i>Стратічук Н. В., Бурим М. І.</i></b> ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ СІЛЬСЬКОГО ЗЕЛЕНОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ	46
<b><i>Фесенко А. О.</i></b> ОСНОВНІ ФАКТОРИ ВПЛИВУ НА ПРИБУТКОВІСТЬ ТУРИСТИЧНИХ ПІДПРИЄМСТВ	50

<b>СЕКЦІЯ 2. ФІНАНСОВО-ОБЛІКОВЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ФУНКЦІОНУВАННЯ ІНДУСТРІЇ ГОСТИННОСТІ</b>	54
<b><i>Польова Т. В.</i></b> ОРГАНІЗАЦІЯ ОБЛІКУ ОСНОВНИХ ЗАСОБІВ НА ПІДПРИЄМСТВАХ ІНДУСТРІЇ ГОСТИННОСТІ	55
<b><i>Саванчук Т. М.</i></b> ЗАСТОСУВАННЯ МЕТОДІВ СТРАТЕГІЧНОГО УПРАВЛІНСЬКОГО ОБЛІКУ В УПРАВЛІННІ ПІДПРИЄМСТВАМИ ІНДУСТРІЇ ГОСТИННОСТІ	57
<b>СЕКЦІЯ 3. МЕНЕДЖМЕНТ ПІДПРИЄМСТВ ІНДУСТРІЇ ГОСТИННОСТІ В УМОВАХ СВІТОВОЇ ФІНАНСОВОЇ КРИЗИ: ВИКЛИКИ Й МОЖЛИВОСТІ, СИЛЬНІ ТА СЛАБКІ СТОРОНИ</b>	60
<b><i>Аверчева Н. О.</i></b> СУЧАСНІ АСПЕКТИ ФОРМУВАННЯ ДОХОДІВ СУБ'ЄКТІВ ТУРИСТИЧНОГО БІЗНЕСУ	61
<b><i>Андрющенко Я. Е.</i></b> УПРАВЛІННЯ СЕРВІСНОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ ГОТЕЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВ	65
<b><i>Богашко О. Л.</i></b> ПРОЕКТУВАННЯ СУЧАСНИХ МЕХАНІЗМІВ УПРАВЛІННЯ ГОТЕЛЬНИМ БІЗНЕСОМ В УМОВАХ ПОШИРЕННЯ COVID-19	67
<b><i>Власенко Н. А., Краєва В. В.</i></b> ТУРИСТИЧНІ ПОТОКИ ЯК СКЛАДОВА КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ РЕГІОНУ	69
<b><i>Графська О. І., Коркуна І. І., Перегіняк Т. І.</i></b> МЕНЕДЖМЕНТ ПІДПРИЄМСТВ ІНДУСТРІЇ ГОСТИННОСТІ В УМОВАХ СВІТОВОЇ ФІНАНСОВОЇ КРИЗИ: ВИКЛИКИ І МОЖЛИВОСТІ, СИЛЬНІ І СЛАБКІ СТОРОНИ	72
<b><i>Дуга В. О.</i></b> HR-МЕНЕДЖМЕНТ ПІДПРИЄМСТВ ІНДУСТРІЇ ГОСТИННОСТІ В УМОВАХ КРИЗИ	76
<b><i>Кулик О. М.</i></b> СУТЬ І ЗНАЧЕННЯ ФРАНЧАЙЗИНГУ ДЛЯ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ ТА СУПУТНИХ СФЕР ДІЯЛЬНОСТІ В ПЕРІОД ПАНДЕМІЇ COVID-19	79
<b><i>Онищук Н. В.</i></b> РОЗВИТОК ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННИХ ПІДПРИЄМСТВ В УМОВАХ КРИЗИ	82
<b><i>Рябенська М. О.</i></b> ЗМЕНШЕННЯ РИЗИКІВ У СФЕРІ ГОТЕЛЬНОГО БІЗНЕСУ	86
<b><i>Сардак С. Е., Ходак О. В., Дерій О. О.</i></b> МЕНЕДЖМЕНТ ПІДПРИЄМСТВ ІНДУСТРІЇ ТУРИЗМУ ТА ГОСТИННОСТІ	90

---

COVID-19 дуже важко втриматись на ринку та одержувати позитивний економічний результат від господарської діяльності.

Виходячи з вищенаведеного, можна зробити висновок, що в системі менеджменту підприємств індустрії гостинності України в умовах світової фінансової кризи, пандемії COVID-19 необхідно провести комплекс заходів. Зокрема, це:

- ✓ оптимізація структури галузі;
- ✓ створення технопарків у відповідних дестинаціях;
- ✓ створення ланцюгових виробничих систем;
- ✓ проведення сегментації кластеру індустрії гостинності;
- ✓ інші форми фінансування підприємств індустрії гостинності через внутрішні ресурсні джерела даних дестинацій та ОТГ, системи кредитування, випуск цінних паперів як на державному, так і регіональному рівнях.

### Список літератури

1. Всесвітня туристична організація: веб-сайт URL: <http://www.world-tourism.org> (дата звернення: 26.06.2019).
2. Коваленко Н. Інноваційні напрямки розвитку індустрії гостинності в Україні. «Європейські перспективи» – 2015, № 7. С. 174-180. URL: <file:///C:/Users/1/Downloads/evpe – 2015, № 7, № 32> (дата звернення: 20.06.2019).
3. Інноваційні напрямки розвитку індустрії гостинності в Україні / Н. О. Коваленко // «Європейські перспективи» – 2015, № 7. С. 174. <http://srd.pgasa.dp.ua:8080/xmlui/handle/123456789/2399>

*Дуга Вікторія Олександрівна*  
*старший викладач кафедри готельно-ресторанного*  
*та туристичного бізнесу й іноземних мов*  
*Херсонський державний аграрно-економічний університет*  
*м. Херсон*

## **HR-МЕНЕДЖМЕНТ НА ПІДПРИЄМСТВАХ ІНДУСТРІЇ ГОСТИННОСТІ В УМОВАХ КРИЗИ**

Сучасній світовій економіці притаманні мінливість бізнес-середовища, певна циклічність, висока залежність від впливу політичних чинників. На чергову економічну кризу наклалися ще й непередбачувані події: падіння курсу гривні, зупинка низки галузей та суттєве зниження попиту через пандемію та карантинні заходи. Компанії, які не адаптували бізнес-процеси під нові реалії, через зниження попиту потрапили у фінансову кризу, яка зі свого боку породила HR-кризу. Персонал все частіше стає демотивованим, робота супроводжується конфліктами в колективах, прослідковується деструктивна

поведінка персоналу. Власникам підприємств важливо вчасно розставити пріоритети й розпочати з формування дієвого антикризового плану. Вищезазначене свідчить про необхідність та важливість впровадження у діяльність підприємств антикризових інструментів. У першу чергу, це стосується управління персоналом, тому що саме людський чинник є одним з визначальних в умовах кризи. У період кризи підвищується значущість роботи з персоналом та зростає увага до розробки та впровадження заходів щодо антикризового HR-менеджменту на підприємствах.

Саме тому вважаємо за доцільне визначити основні заходи з антикризового управління персоналом підприємства індустрії гостинності в умовах кризи, сформувані основні антикризові інструменти для відновлення економічної активності підприємств.

Криза – нормальний еволюційний етап для будь-якої організації. Вона виникає тоді, коли з'являється невідповідність наявних ресурсів до динаміки розвитку організації. Криза – це певний переломний момент у функціонуванні будь-якої системи, на якому вона піддається дії ззовні або зсередини, що вимагає від неї якісно нового реагування. Криза – це не тільки про втрати, але й про можливості. Важливо знаходити шляхи для розвитку і трансформації. Для цього потрібні нестандартні підходи, креативні рішення, максимальна зосередженість та моніторинг поточних обставин.

З метою збереження своїх позицій (або навіть забезпечення розвитку) у кризовій ситуації підприємствам індустрії гостинності потрібно мобілізувати усі наявні ресурси, у першу чергу – людські. У період кризи підвищується значущість роботи з персоналом, тому, що головною опорою антикризового управління є людина. Ефективність управління персоналом буде прямо впливати на стабільність діяльності підприємства. Кадрова політика є складовою частиною антикризового управління підприємством, головною метою якого є досягнення стійкого становища на ринку [3].

Керівництво будь-якого підприємства зобов'язано прогнозувати кризи та запобігати їм, а також своєчасно змінювати підходи в роботі. Але за настання кризи програма антикризових заходів, зокрема програма з управління персоналом підприємства, повинна бути розроблена в найкоротші терміни та корегуватися за ступенем змін. Антикризова програма повинна передбачати певні зміни в діяльності підприємства в умовах обмеженого часу і фінансових ресурсів [1].

Основні рекомендації з управління персоналом при модернізації кризової ситуації, такі:

- сфокусованість на людині (питання добробуту співробітників та почуття приналежності як головні напрями роботи з персоналом стають першочерговими для підприємства);
- створення в робочому колективі клімату взаємодовіри, поваги та підтримки;
- інтеграція та співробітництво з персоналом;
- формування гласності як основної норми поведінки;

- прагнення до культурної консолідації;
- інвестування підприємством у свій персонал;
- впровадження глибоких змін у роботі з персоналом, спираючись на якісний аналіз даних про працівників;
- інформованість персоналу щодо діяльності підприємства, про плани подолання кризи (необхідна для того, щоб персонал не залучався до обговорення чуток, що дестабілізує роботу підприємства, а мав правдиву інформацію про кризове становище);
- установлення чітких цілей і завдань під час виходу з кризи;
- організація регулярного зворотного зв'язку щодо результатів діяльності між співробітниками та керівництвом;
- забезпечення персоналу усім необхідним (робота в цей складний період повинна бути максимально безпечною);
- ефективна комунікація зі співробітниками — швидка, доступна, відкрита;
- перехід на чітку фіксацію результатів роботи (це зробить помітними зусилля кожного члена команди);
- введення нових форматів визнання результатів, зустрічей, тимблдингів тощо [4].

В кризові часи глобальної пандемії фокуси HR-підтримки суттєво змістились [5]. Менеджерам з управління персоналом потрібно спрямовувати всі зусилля на швидку зміну підходів до організації процесів, навчити персонал жити у новій онлайн-реальності. Доречною буде розробка рекомендацій, як облаштувати робоче місце вдома, які техніки збереження особистого балансу обрати. Особливу увагу варто приділити запобіганню вигоранню персоналу [2].

Дані рекомендації дадуть змогу «пом'якшити» негативні наслідки кризи, максимально використати потенціал підприємства та забезпечити його сталий розвиток. Така інтеграція сприятиме посиленню відчуття приналежності працівників та забезпеченню їхнього добробуту. Це дасть змогу підприємствам індустрії гостинності, які обрали ефективне управління персоналом своїм пріоритетом, пережити кризу і вийти із неї сильнішими.

### Список літератури

1. Бариш О. HR: як вистояти в період кризи. *Кадровик України*. 2020. №6. URL: <https://profpressa.com/articles/hr-iak-vistoiati-v-period-krizi> (дата звернення: 15.04.2021).
2. Бойченко Олена. Головні зміни: управління персоналом у світі коронакризи. URL: <https://nv.ua/ukr/biz/experts/trendi-upravlinnya-personalom-v-koronakrizu-doslidzhennya-deloitte-ostanni-novini-50109720.html> (дата звернення: 15.04.2021).
3. Власенко О.С., Чарикова Ю.В. Мотивація персоналу в умовах кризи. *Глобальні та національні проблеми економіки*. 2017. Вип. 17. С. 224-229. URL: <http://global-national.in.ua/archive/17-2017/50.pdf> (дата звернення: 16.04.2021).

4. Данилко В. К., Гриценко О. І. Концепція управління персоналом в умовах подолання кризи. *Вісник Житомирського державного технологічного університету. Серія «Економічні науки»*. 2013. № 2. С. 167-174. URL: <http://ven.ztu.edu.ua/article/viewFile/31277/36935.pdf> (дата звернення: 16.04.2021).

5. Шавалюк Л. Економіка карантину й після нього. URL: <https://tyzhden.ua/Economics/241939> (дата звернення: 16.04.2021).

**Кулик О. М.**  
*фізична особа-підприємець*  
*стейкхолдер кафедри готельно-ресторанного бізнесу*  
*Львівський державний університет фізичної культури ім. Івана Боберського*  
*м. Львів*

## **СУТЬ І ЗНАЧЕННЯ ФРАНЧАЙЗИНГУ ДЛЯ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ ТА СУПУТНИХ СФЕР ДІЯЛЬНОСТІ В ПЕРІОД ПАНДЕМІЇ COVID-19**

Відомим фактом є те, що всесвітня фінансова криза спричинена виникненням пандемії Covid-19, яка триває з кінця 2019 року, триває до сьогодні і вплинула на функціонування практично всіх сфер економічної діяльності. Кожна зі сфер діяльності відчула на собі або значні збитки від своєї діяльності, або ж взагалі припинила діяльність. Велика кількість суб'єктів господарювання змушена була звертатися в різні фінансові установи для того, щоб отримати хоча б якусь мінімальну частину коштів, які можна було б освоїти підприємством для підтримки його ліквідності. За період з початку пандемії Covid-19 багато франчайзингових мереж також втратили своїх постійних клієнтів, тобто, своїх франчайзі.

Франчайзинг (фр. franchise – пільга, привілей) – це контрактне партнерство між власником готельного підприємства та незалежними готельними підприємствами, які купують право на реалізацію від його імені та під торговою маркою компанії власника певного виду товарів та послуг [1, с. 544]. Для економіки нашої держави франчайзинг є порівняно новим поняттям провадження господарської діяльності для суб'єктів господарювання. Для готельно-ресторанного бізнесу франчайзинг закордонних мереж та готельних ланцюгів активно почав використовуватися лише з 2000-х років.

Враховуючи ситуацію, що Україна не є країною зі стабільною ринковою економікою, питання франчайзингу стає дедалі актуальнішим. Аналізуючи те, що ще в докризовий період, який зумовлений пандемією Covid-19, розвинути суб'єкт господарювання було надзвичайно важко, і за сприятливої фінансової, екологічної та політичної ситуації це потребувало часових затрат, у