

МАТЕРІАЛИ МІЖНАРОДНОЇ НАУКОВО-
ПРАКТИЧНОЇ КОНФЕРЕНЦІЇ

***ТРАНСФОРМАЦІЯ
ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО
БІЗНЕСУ РЕГІОНУ В УМОВАХ
ЄВРОІНТЕГРАЦІЇ***



11 травня 2023

Міністерство освіти і науки України
Чернівецька обласна військова адміністрація
Чернівецька обласна рада
Чернівецька міська рада
Державний торговельно-економічний університет
Чернівецький торговельно-економічний інститут ДТЕУ
Університет ім. Стефана чел Маре (м. Сучава, Румунія)
Лодзинський університет (м. Лодзь, Польща)

ТРАНСФОРМАЦІЯ ГОТЕЛЬНО- РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ РЕГІОНУ В УМОВАХ ЄВРОІНТЕГРАЦІЇ

**МАТЕРІАЛИ МІЖНАРОДНОЇ
НАУКОВО-ПРАКТИЧНОЇ КОНФЕРЕНЦІЇ**

**м. Чернівці (Україна)
11 травня 2023 року**

УДК 338.488.2:640.4+338.488.2:640.43+339.92
Т65

Трансформація готельно-ресторанного бізнесу регіону в умовах євроінтеграції : матеріали Міжнародної науково-практичної конференції, м. Чернівці, 11 травня 2023 р. Чернівці: Технодрук, 2023. 266 с.

ISBN 978-617-8034-38-2

Готельно-ресторанний бізнес України сьогодні переживає одну з найбільших криз за час свого існування. Трансформація його як комплексної складової туристичної сфери регіону відбувається посиленими темпами у сучасних умовах євроінтеграції та набуде надзвичайної актуальності у поствоєнний період.

У збірнику досліджено моделі управління та маркетингові інструменти розвитку готельно-ресторанного бізнесу в Україні та проблеми транскордонного співробітництва регіону. Особливу увагу приділено питанням фінансово-економічного та обліково-аналітичного забезпечення ефективності функціонування підприємств готельно-ресторанного бізнесу в умовах євроінтеграції. Розглянуто актуальні питання іншомовної комунікативної компетентності фахівця сфери гостинності.

Розраховано на науковців, фахівців, викладачів, аспірантів, здобувачів вищої освіти, які цікавляться зазначеними питаннями.

Роботи надруковано в авторській редакції.

Відповідальність за достовірність фактів, статистичної інформації, власних імен, цитат та інших відомостей, наданих у рукописах, несуть автори публікацій.

ISBN 978-617-8034-38-2

© ЧТЕІ ДТЕУ, 2023
© Технодрук, 2023

Підписано до друку 05.05.2023 р.

Маначинська Юлія, Євдошак Володимир ОБЛІК В УПРАВЛІННІ ІНВЕСТИЦІЙНОЮ ПРИВАБЛИВІСТЮ БІЗНЕСУ: ФІНАНСОВО-ЕКОНОМІЧНІ АСПЕКТИ	217
Мустеца Ірина ПРОБЛЕМИ ОБЛІКУ ОСНОВНИХ ЗАСОБІВ ПІДПРИЄМСТВ ГОТЕЛЬНОГО ГОСПОДАРСТВА НА ШЛЯХУ ДО ЄВРОІНТЕГРАЦІЇ	221
Петлін Ірина, Івасюта Юрій МЕТОДИЧНІ ПІДХОДИ ДО ОЦІНКИ ІННОВАЦІЙНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ПІДПРИЄМСТВ ГОТЕЛЬНОГО БІЗНЕСУ	225
Петлін Ірина, Попруга Віталій УПРАВЛІННЯ ІНВЕСТИЦІЙНОЮ ПРИВАБЛИВІСТЮ ПІДПРИЄМСТВ ГОТЕЛЬНОГО БІЗНЕСУ	229
Рошило Віолетта ТУРИСТИЧНИЙ ЗБІР ЯК СКЛADOVA ПОДАТКОВИХ НАДХОДЖЕНЬ БЮДЖЕТІВ ТЕРИТОРІАЛЬНИХ ГРОМАД	234
Столяр Людмила, Рилєєв Сергій ОБЛІКОВО-АНАЛІТИЧНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ РЕСТОРАНОГО БІЗНЕСУ: ЕФЕКТИВНА СИСТЕМА ПРИЙНЯТТЯ УПРАВЛІНСЬКИХ РІШЕНЬ	238
Томнюк Тетяна ТУРИСТИЧНИЙ ЗБІР: ОСОБЛИВОСТІ СПРАВЛЯННЯ В УМОВАХ ВОЄННОГО СТАНУ	242
Чорновол Алла ОБЛІКОВА ПОЛІТИКА ПІДПРИЄМСТВ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ	246

*СЕКЦІЯ V. Іншомовна комунікативна компетентність
фахівця сфери гостинності*

Вдовічена Ольга, Полянко Галина ДІЛОВЕ СПІЛКУВАННЯ ЯК КОМУНІКАЦІЙНИЙ ІНСТРУМЕНТ В УПРАВЛІННІ ЗАКЛАДАМИ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ	250
Hnatyschena Iryna DIE ROLLE DER SPRACHKOMPETENZEN IN DER HOTELLERIE UND IM TOURISMUS	255
Зінченко Віктор ФОРМУВАННЯ ІНШОМОВНОЇ КОМУНІКАТИВНОЇ КОМПЕТЕНТНОСТІ ФАХІВЦІВ СФЕРИ ГОСТИННОСТІ	258
Ореховський Вадим ПРОБЛЕМИ ФОРМУВАННЯ КОРПОРАТИВНОЇ КУЛЬТУРИ ОБСЛУГОВУВАННЯ В ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОМУ БІЗНЕСІ	261

Список використаних джерел:

1. Туризмолія і концептуальні засади теорії туризму / За ред. В. С. Пазенка. Київ: КУТЕП, 2008.
2. Кифяк В. Ф.. Організація туризму. Чернівці: Книги–XXI, 2011.
3. Зінченко В. А. Туризм в Україні. Київ: Інститут історії України НАН України.
4. Фоменко Н. А. Педагогіка вищої освіти. Київ: Видавничий дім «Слово», 2005.
5. Психологія та туризм. *Матеріали Міжнародної науково-практичної конференції*. Київ, 27 травня 2022.
6. Сайт факультету туризму, бізнесу і психології. URL: <https://knlu.edu.ua/fakultet-turyzmu-biznesu-i-psykholohii.html>
7. Сайт Всеукраїнської асоціації гідів. URL: <https://uaguides.com/>

Вадим Ореховський, д.і.н., професор,
Чернівецький торговельно-економічний інститут ДТЕУ,
м. Чернівці

ПРОБЛЕМИ ФОРМУВАННЯ КОРПОРАТИВНОЇ КУЛЬТУРИ ОБСЛУГОВУВАННЯ В ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОМУ БІЗНЕСІ

Сучасна доба – це період євроінтеграції, технічного прогресу у різних сферах, стрімкого розвитку інформаційних технологій. Однак не тільки наявність інновацій визначає місце та роль підприємства у світовому господарстві. Важливим фактором успішного функціонування і розвитку будь-якої організації є її прогресивна корпоративна культура.

У сучасній Україні на таке явище, як корпоративна культура, звернули увагу зовсім недавно. Незважаючи на численні зміни у всіх сферах життя, феномен корпоративної культури і сьогодні продовжує залишатись найбільш консервативним елементом у системі сучасного менеджменту. Значна частина керівників та їхніх підлеглих виявилися не готовими до інновацій, важко адаптуються до нових умов діяльності [1, с. 201].

Для сучасних українських підприємств готельно-ресторанного бізнесу характерні наступні типи корпоративної культури:

1. «Бюрократична піраміда» - тип культури, що притаманний більшості великих акціонерних та державних підприємств, що мають стабільні позиції на ринку. Для них є характерною адміністративна ієрархія, всі важливі рішення приймаються керівником без врахування думки підлеглих.

2. «Диктат власника» - характерний для невеликих приватних підприємств. Тут власник виступає також у ролі лідера, менеджера, провідного фахівця. Він може радитись із підлеглими, допускати ініціативу персоналу в обмежених рамках. Останнє слово завжди за ним.

3. «Ділове партнерство» - властиве для акціонерних та державних підприємств, що хочуть освоїти новий сегмент ринку. У відносинах між керівником та підлеглими переважають взаємодія та партнерство. Відсутня «сувора ієрархія», що характерна для 1 типу корпоративної культури. Ініціатива заохочується, велике значення у прийнятті рішень відіграє колегіальність.

4. «Демократизм і координація» - тип культури, що притаманний малим акціонерним та приватним підприємствам, які пов'язані із інноваційною діяльністю. Соціально-трудові відносини ґрунтуються на довірі та співробітництві. Персонал відзначається високим рівнем відповідальності за доручену справу. Керівник виконує скоріше функції координатора, ніж контролера [1, с. 204-205].

Звичайно, що ці типи корпоративної культури існують у вигляді комбінації, доволі рідко трапляючись у «чистому» вигляді. Для сучасної України більш поширеними є прояви корпоративної культури першого та другого типу, що пояснюється історичними чинниками. Однак для закладів, що будуються на таких типах культури, характерними є розбіжності в цінностях і цілях керівників та персоналу, що негативно позначається на перспективах подальшого розвитку. Розвиток підприємств готельно-ресторанної сфери необхідно будувати на третьому та четвертому типах корпоративної культури [1, с. 205].

Для формування корпоративної культури можуть використовуватись різні філософії менеджменту. Однією з найперспективніших філософій вважається концепція TQM (Total quality management – загальне управління якістю). Також у підприємствах готельно-ресторанного бізнесу використовується система бізнесу CSR (corporate social responsibility - корпоративна соціальна відповідальність). Вона може бути успішно «вмонтована» в корпоративну культуру закладу готельно-ресторанного бізнесу. Це пояснюється наступними причинами:

- вона є гнучкою та може відповідати конкретним вимогам усіх зацікавлених сторін (клієнтів, персоналу, партнерів по бізнесу, державі, тощо);
- вона сприяє покращенню продуктивності компанії, підвищує культуру обслуговування;
- зміцнює імідж корпорації;
- сприяє «прихильності» клієнтів і суспільства загалом [2, с.53].

Сучасні дослідження готельно-ресторанного бізнесу доводять, що елементи цих двох філософій (TQM та CSR) можна та треба поєднувати заради досягнення найкращого результату [2, с.53].

Головним фактором, що гальмує запровадження нових стандартів якості обслуговування є відносно низький рівень персоналу закладів готельно-ресторанного бізнесу. Це створює суперечності між існуючими організаційно-культурними нормами поведінки робітників українських готелів та ресторанів і вимогами сучасного менеджменту послуг сфери гостинності. Подолати цю негативну тенденцію можливо за умов формування у закладі корпоративної культури, яка має містити базові гуманістичні цінності [3, с. 106].

Спеціалісти у галузі готельно-ресторанного бізнесу мають виділяють такі риси характеру, якими необхідно володіти персоналу закладу:

- ввічливість - вміння шанобливо спілкуватися з людьми, готовність знайти компроміс і вислухати протилежні точки зору;
- тактовність - вміння поводити себе згідно з прийнятим етикетом і етичними нормами, недопущення дій і слів, які могли б бути неприємними або руйнівними для оточуючих;
- повага – шанобливе ставлення до іншої людини, засноване на визнанні її переваг;
- коректність – вміння у поводженні з людьми дотримуватись загальноприйнятих правил пристойності; ввічливість, чемність;
- пунктуальність – точність, вміння людини виконувати свої зобов'язання вчасно;
- шляхетність – здатність людини поступатися своїми особистими інтересами на користь інших;
- стриманість - здатність керувати своїми діями, проявами емоцій та внутрішніми мотивами [4, с.95].

Головною вимогою до персоналу (як вже зазначалось) є його відповідна професійна підготовка. І тут важливу роль відіграє ступень володіння іноземною мовою [4, с. 94].

Проблемою розвитку корпоративної культури в українських закладах сфери гостинності є вітчизняний імідж. Незважаючи на бажання, поки що бракує досвіду у впровадженні концепції корпоративної культури [4, с.96].

Отже, оптимізація діяльності готельно-ресторанних підприємств регіону у кризових умовах є неможливою без низки важливих змін, в тому числі і без розвитку мотивації персоналу для зміцнення корпоративної культури. Це є фундаментом мікроклімату серед співробітників. Турбота компанії про свій персонал – це не тільки турбота про людей, що є «творцями» сфери гостинності, це, нарешті, турбота про власний імідж та перспективний розвиток у майбутньому.

Список використаних джерел:

1. Семикіна М. В., Пасека С. Р., Бугаєва М.В. Розвиток підприємств готельно-ресторанного і туристичного бізнесу в контексті формування прогресивної

корпоративної культури. *Наукові праці Кіровоградського національного технічного університету. Економічні науки*. 2018. Вип. 33. С.199-211.

2. Гіряк Л. І., Сопіга В. Б. Формування культури та якості обслуговування у готельно-ресторанних підприємствах. *Науковий вісник Ужгородського національного університету. Серія: Міжнародні економічні відносини та світове господарство*. 2018. Вип. 21. Частина 1. С.50-55.

3. Опанащук Ю. Я. Теоретико-економічні основи дослідження корпоративної культури як управлінського ресурсу в індустрії гостинності. *Причорноморські економічні студії*. 2017. Вип. 22. С.104-108.

4. Боковець В. В. Розвиток корпоративної культури готельно-ресторанного бізнесу в Україні. *Вісник Одеського національного університету. Серія : Економіка*. 2015. Т. 20. Вип. 5. С. 93-96.

Vadym Orehowskyi, Doctor of Historical Sciences, Professor,
Chernivtsi Institute of Trade and Economics SUTE, Chernivtsi

PROBLEMS OF FORMING THE CORPORATE SERVICE CULTURE IN THE HOTEL AND RESTAURANT BUSINESS

The problem of forming a corporate culture of service in the hotel and restaurant business in the conditions of European integration is considered. The author emphasizes that an important factor in the successful functioning and development of any organization is its progressive corporate culture, which contains only its own unique values. The main difficulties in the formation of a favorable microclimate among employees are analyzed, and ways to overcome them are determined.