



POLTAVA UNIVERSITY OF
ECONOMICS AND TRADE

ЗБІРНИК НАУКОВИХ СТАТЕЙ МАГІСТРІВ



Полтава
2022

УДК 339.1+640+664+37+657+005+004+80(062.552)

3-41

Друкується відповідно до Наказу по університету № 173-Н від 05 вересня 2022 р.

Редакційна колегія:

Головний редактор – **О. О. Нестуля**, д. і. н., професор, ректор Вищого навчального закладу Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі» (ПУЕТ).

Заступник головного редактора – **Н. С. Педченко**, д. е. н., професор, перший проректор ПУЕТ.

Відповідальний секретар – **Н. І. Манжура**, завідувач науково-організаційного відділу ПУЕТ.

Відповідальні редактори:

О. В. Гасій, к. е. н., доцент, директор Навчально-наукового центру забезпечення якості вищої освіти ПУЕТ;

С. В. Гаркуша, д. т. н., професор, в. о. директора Навчально-наукового інституту міжнародної освіти ПУЕТ;

А. С. Ткаченко, к. т. н., доцент, директор Навчально-наукового інституту денної освіти ПУЕТ;

В. Л. Шимановська, директор Навчально-наукового інституту заочно-дистанційного навчання ПУЕТ;

Л. М. Діденко, в. о. директора Центру інформаційного забезпечення освітнього процесу ПУЕТ.

Члени редакційної колегії:

А. В. Артеменко, к. е. н., доцент, завідувач кафедри міжнародної економіки та міжнародних економічних відносин ПУЕТ;

Н. М. Бобух, д. філол. н., професор, завідувач кафедри української, іноземних мов та перекладу ПУЕТ;

В. Л. Іщенко, к. філол. н., доцент завідувач кафедри ділової іноземної мови ПУЕТ;

Т. В. Капліна, д. т. н., професор, завідувач кафедри готельно-ресторанної та курортної справи ПУЕТ;

Т. А. Костишина, д. е. н., професор, завідувач кафедри управління персоналом, економіки праці та економічної теорії ПУЕТ;

Ю. С. Матвієнко, к. п. н., проректор з науково-педагогічної роботи ПУЕТ;

А. І. Мілька, к. е. н., доцент, завідувач кафедри бухгалтерського обліку і аудиту ПУЕТ;

О. В. Ольховська, к. ф.-м. н., завідувач кафедри комп'ютерних наук та інформаційних технологій ПУЕТ;

І. М. Петренко, д. і. н., професор, завідувач кафедри педагогіки та суспільних наук ПУЕТ;

О. В. Яріш, к. е. н., доцент, завідувач кафедри фінансів та банківської справи ПУЕТ.

Збірник наукових статей магістрів. – Полтава : ПУЕТ, 3-41 2022. – 268 с.

ISBN 978-966-184-435-2

У збірнику представлено результати наукових досліджень магістрів спеціальностей: Готельно-ресторанна справа; Економіка; Комп'ютерні науки; Міжнародні економічні відносини; Облік і оподаткування; Освітні педагогічні науки; Філологія; Фінанси, банківська справа та страхування.

УДК 339.1+640+664+37+657+005+004+80(062.552)

Матеріали друкуються в авторській редакції мовами оригіналів.

За виклад, зміст і достовірність матеріалів відповідальні автори.

Розповсюдження та тиражування без офіційного дозволу ПУЕТ заборонено.

© Вищий навчальний заклад Укоопспілки
«Полтавський університет економіки і торгівлі», 2022

ISBN 978-966-184-435-2

Ходіс Н. С., Капліна Т. В.

Впровадження аромамаркетингу для підвищення конкурентоспроможності готелю 56

Хоменко Я. С., Капліна А. С.

Удосконалення діяльності Favor Sport Hotel у м. Київ, за рахунок інновацій 61

СПЕЦІАЛЬНІСТЬ ЕКОНОМІКА

Освітня програма «Управління персоналом та економіка праці»

Кисіль Л. А., Тужилкіна О. В.

Удосконалення мотиваційного управління персоналом в умовах змін..... 65

СПЕЦІАЛЬНІСТЬ КОМП'ЮТЕРНІ НАУКИ

Освітня програма «Комп'ютерні науки»

Бурко А. О., Черненко О. О.

Розробка програмного забезпечення тренажеру з теми «Рекурсивні функції» англomовного дистанційного навчального курсу «Теорія алгоритмів» 71

Купченко О. В., Черненко О. О.

Створення програмного забезпечення тренажеру з теми «Методологія програмування» англomовного дистанційного навчального курсу «Теорія програмування» зі спеціальності 122 «Комп'ютерні науки» 73

Лазаренко В. О., Гаркуша С. В., Ольховська О. В.

Розробка елементів сайту кафедр Навчально-наукового інституту денної освіти: UI/UX проектування та дизайн 76

Орлова Д. І., Черненко О. О.

Аналіз прогалин безпеки пірінгових мереж 79

Пилипченко В. С., Черненко О. О.

Про тренажер, що навчає розв'язуванню задач з теми «Нормальні алгоритми» англomовного дистанційного навчального курсу «Теорія алгоритмів» 84

ВПРОВАДЖЕННЯ АРОМАМАРКЕТИНГУ ДЛЯ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ГОТЕЛЮ

Ходіс Н. С., магістр спеціальності Готельно-ресторанна справа освітня програма «Готельно-ресторанна справа»

Капліна Т. В., д. т. н., професор, завідувач кафедри готельно-ресторанної та курортної справи

Анотація. В статті окреслено наявну ситуацію в сфері гостинності України, проблеми які виникли внаслідок повномасштабного вторгнення та доведено важливість впровадження інноваційних технологій в Прем'єр готелі «Палаццо» міста Полтава, незважаючи на нестабільну ситуацію.

Ключові слова: аромамаркетинг, інновації, конкурентоспроможність, готельний бізнес, війна, туристична галузь.

Abstract. The article outlines the current situation in the field of hospitality in Ukraine, the problems that arose as a result of a full-scale invasion, and the importance of the introduction of innovative technologies is proven using the example of the hotel and restaurant complex “Palazzo” in the city of Poltava.

Keywords: aroma marketing, innovation, competitiveness, hotel business, war, tourism industry.

Постановка проблеми. Впровадження інновацій в готельно-ресторанному бізнесі рушійна сила, яка допомагає підприємствам бути конкурентними на ринку послуг та залучати нових споживачів. Однак зауважимо, що в критичних ситуаціях власникам варто обирати – фінансувати дороговартісні інновації, відмовитись від них або обрати новинку яка зацікавить гостей, без великих капіталовкладень. Готельно-ресторанний бізнес сьогодні проходить жорстку перевірку на витривалість, оскільки протягом великого проміжку часу стабільність в сфері туризму та готельно-ресторанних послуг відсутня.

Аналіз основних досліджень і публікацій. Питанням інновацій в готельно-ресторанному бізнесі присвятили свої праці чимало українських та закордонних науковців. Серед українських варто зазначити О. Завадинська [1], Т. Лисюк, О. Те-

решук, та М. Пасічник [2], Л. Гіряк, В. Глагола [3], В. Ткач, О. Камушков, В. Язіна [4]. Оскільки ароамаркетинг нове поняття в Україні, йому присвячено досить мало праць, до прикладу проаналізувала ароамаркетинг як інструмент впливу на поведінку споживачів Ю. Губарева [5], визначили ароамаркетинг, як засіб підвищення конкурентоздатності готельно-ресторанних підприємств Н. Лазоренко та Д. Гріщенко [6].

Формулювання мети. Метою статті є визначення важливості інновацій в індустрії гостинності незалежно від ситуації на ринку готельно-ресторанного бізнесу.

Виклад основного матеріалу. За довгий час жорсткого карантину українські засоби розміщення почали звикати функціонувати під час пандемії COVID-19, налагоджувати виробництво та надання послуг відповідно до законодавчих вимог та Міністерства охорони здоров'я України, водночас, 24 лютого 2022 року всю країну сколихнула звістка про початок повномасштабного вторгнення, туристична галузь України зупинилась повністю, велика кількість готельно-ресторанних підприємств зруйнована під час бомбардувань, або досі знаходиться під окупацією на не підконтрольних владі України територіях. Наслідки війни в Україні відчув на собі і світовий туризм. За даними Euromonitor International, в 2022 році глобальний в'їзний туризм постраждає на 6,9 млрд доларів через зупинку російського і українського туризму [7]. Нині стан готельного ринку в Україні залежить від регіону: те, як працюють такі об'єкти, і чи відкриті вони взагалі визначається тим, у якій області вони розташовані, наскільки віддалені від місць бойових дій. Окремо, варто звернути увагу на готелі іноземних мереж, які розташовані у великих містах, вони переважно призупиняли надання послуг, по – перше це пов'язано з політикою безпеки та іноземним менеджментом, а по – друге їхня аудиторія – іноземні туристи, які зараз не приїжджають в Україну. За словами Артура Лупашко, засновника Ribas Hotels Group, нині в Україні працює не більше 20 % готелів. Деякі з них, на жаль, пошкоджені внаслідок бойових дій. Повної інформації щодо того, скільки таких готелів в Україні, немає. За даними проекту

RebuildUA (аналізує та візуалізує зруйновану інфраструктуру в Україні внаслідок війни) відомо, що в Ірпені (Київська область), який майже місяць перебував в окупації, зазнали руйнувань 28 готелів. Постраждали об'єкти у Харківській, Миколаївській, Чернігівській, Київській, Одеській областях, а також у Маріуполі – за підрахунками UHRA (Ukrainian Hotel and Resort Association), це приблизно 15 підприємств. Зазнав удару від касетних снарядів об'єкт мережі Reikartz у Миколаєві [8]. Варто зауважити, що на початку повномасштабної війни, в деяких регіонах України готельний бізнес пішов угору, про це свідчить ріст туристичного збору який зріс у рази (вказано на рис. 1).

Різниця туристичного збору в Україні під час воєнного стану в порівнянні з 2021 р.



Рисунок 1 – Різниця туристичного збору в Україні. За даними [9]

До прикладу: Львівська область – 11 млн 463 тис. грн – на 268 % більше, ніж у 2021 році; Закарпатська область – 6 млн 212 тис. грн – на 144 % більше, ніж в минулому році; Хмельницька область – 1 млн 447 тис грн – зростання на 65 %; Івано-Франківська область – майже 6 млн грн – на 48 % більше, ніж торік – такі суми свідчать про значний потік людей, які рятувалися від війни зі східних, центральних та південних регіонів на заході України. Водночас на територіях де проходять бойові дії та окупованих зонах частка туристичного збору значно скоротилась, у Миколаївській (63 %), Луганській (60 %), Сумській (48 %), Херсонській (46 %) та Запорізькій областях (41 %) [9].

Досить складно сказати як швидко туристична галузь може відновитись та повернутись на довоєнні показники, все залежить від тривалості бойових дій, рівня міграції українців закордон, а також відновлення територій після деокупації. Попри страшну ситуацію, в українців формується попит на внутрішній туризм, що в подальшому позитивно вплине на прибутки галузі та швидкість її відновлення.

Досліджуваний нами готель «Палаццо» в м. Полтава, входить до складу мережі «Premier», готелі яких розташовані в різних куточках України, тож варто зазначити, що готель вищезазначеної мережі в Харкові, місто яке зазнало і досі зазнає значних бомбардувань, повністю припинило свою роботу, однак засоби розміщення «Premier» в інших містах досі працюють, але перевели свої бізнес – процеси в абсолютно новий формат. Однак, не зважаючи на зменшення кількості туристів, готелі та ресторани продовжують пропонувати свої високоякісні послуги, намагаються йти в ногу з часом та впроваджувати для задоволення своїх гостей новинки щоб залишатись конкурентним серед інших закладів.

Розглянувши ситуацію на ринку готельно-ресторанних послуг, політичну, соціальну та фінансову нестабільність, на нашу думку запровадження фінансово затратних інновацій є недоцільним на сьогодні, оскільки ситуація в галузі є нестабільною. Отож, проаналізувавши ринок інновацій, та їх різновиди, нами визначено, що впровадження підвиду нейромаркетингу – аромамаркетингу в готель Premier Hotel Palazzo в м. Полтава, позитивно вплине на репутацію закладу.

Аромамаркетинг – мистецтво створення емоцій та настрою за допомогою запахів [10]. Зауважимо, що це молодий напрям в нашій країні, який тільки набирає обертів, що зі свого боку приверне увагу гостей, та збільшить відвідування закладу та його прибуток. Професійно та детально прорахована технологія зможе викликати приємні відчуття у гостей та виокремить заклад серед інших. Варто зазначити, що в основі аромамаркетингу присутній вплив на підсвідомість людини, аромат може породжувати як позитивні так і негативні почуття та спогади, тому

важливою задачею є правильно підібрати запахи. Аромат готелю буде породжувати прямий сигнальний зв'язок у споживачів, тому підбір аромату один із головних етапів впровадження новинки.

Висновки. Підсумовуючи слід зазначити, що перевагами впровадження аромамаркетингу на підприємстві є створення особливої атмосфери, яка виокремить готель серед сотні інших на ринку, підвищення працездатності персоналу, поліпшення настрою споживачів, створення позитивного іміджу готелю, збільшення прибутку.

Список використаних джерел

1. Завадинська О. Інноваційні технології господарювання в ресторанному бізнесі [Електронний ресурс]. URL: <http://restaurant-hotel.knukim.edu.ua/article/view/157176> (дата звернення 10.11.22).
2. Лисюк Т., Терещук О., Пасічник М. Інноваційні технології у готельно-ресторанному господарстві [Електронний ресурс]. URL: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-40-11> (дата звернення 10.11.22).
3. Гірняк Л., Глагола В. Сучасний стан, перспективи та тенденції розвитку ресторанного господарства в Україні. Інфраструктура ринку. 2018. Вип. 16. С. 71–77.
4. Камушков О. С., Язіна В. А., Ткач В. О. Інновації світового готельного господарства [Електронний ресурс]. URL: http://bses.in.ua/journals/2019/48_2_2019/11.pdf (дата звернення 10.11.22).
5. Губарева Ю. Аромамаркетинг як інструмент впливу на поведінку споживачів [Електронний ресурс]. URL: http://www.ej.kherson.ua/journal/economic_14/16.pdf (дата звернення 10.11.22).
6. Лазоренко Н. П., Гріщенко Д. С. Аромамаркетинг як засіб підвищення конкурентоздатності підприємств сфери HoReCa. Новітні тенденції у харчових технологіях та якість і безпечність продуктів : матеріали V Всеукр. наук.-практ. конф. 2013. С. 126–129.
7. Хворобливі втрати. Як світовий туризм постраждає від війни в Україні [Електронний ресурс]. URL: <https://www.rbc.ua/ukr/travel/bolezennyye-poteri-mirovoy-turizm-postradaet-1649171789.html> (дата звернення 11.11.22).
8. Встояти під час війни: як працюють готелі України [Електронний ресурс]. URL: <https://commercialproperty.ua/analytics/vstoyati-pid-chas-viyni-yak-pratsyuyut-goteli-ukraini/> (дата звернення 11.11.22).

9. Готелі напівпорожні, надходження до бюджету знизяться [Електронний ресурс]. URL: <https://www.rbc.ua/ukr/travel/oteli-polupustye-postupleniya-byudzheta-snizyatsya-1655814100.html> (дата звернення 11.11.22).
10. Створення аромабрендів для різних сфер бізнесу [Електронний ресурс]. URL: <https://eba.com.ua/advocacy-diary/meetings/176991-2019-04-11-13-00/> (дата звернення 11.11.22).

УДК 640.412(477.83):005.591.6

УДОСКОНАЛЕННЯ ДІЯЛЬНОСТІ FAVOR SPORT HOTEL У М. КИЇВ, ЗА РАХУНОК ІННОВАЦІЙ

Хоменко Я. С., магістр спеціальності *Готельно-ресторанна справа освітня програма «Готельно-ресторанна справа»*

Капліна А. С., к. е. н., доцент, доцент кафедри *готельно-ресторанної та курортної справи*

Анотація. В статті систематизовано та виокремлено вплив інновацій на подальший розвиток готелю.

Ключові слова: інновації, готель, удосконалення, діяльність.

Abstract. The article systematizes and highlights the influence of innovations on the further development of the hotel.

Keywords: innovations, hotel.

Постановка проблеми. Інноваційна діяльність є одним із важливих факторів для успішного функціонування готелю в сучасний час. Тому, запровадження інновацій є головною складовою, для удосконалення діяльності готелю.

Аналіз основних досліджень і публікацій. В готельній індустрії існує достатньо проблемних питань, яким приділяють увагу вчені. Одні стосуються оцінки інновацій, другі – можливостей їх подальшого впровадження. На увагу заслуговують праці В. А. Зінченко, В. С. Новікова та інші.

Але існує коло питань з інноваційних технологій, які не достатньо досліджені.

Формулювання мети. Метою даної статті є удосконалення діяльності готелю «Favor Sport Hotel» за рахунок інновацій.

Виклад основного матеріалу дослідження. Готельний бізнес має тенденцію постійного розвитку, не дивлячись на кризові