УДК 338.48:640.4
Т-33

Рекомендовано до друку Науково-методичною радою Вищого навчального приватного закладу «Дніпровський гуманітарний університет» (протокол від 18.06.2026 протокол № 10).

Т-33 Теорія та практика повоєнного відновлення індустрії гостинності в Україні: матер. Всеукр. наук.-практ. конф. (Дніпро, 29 травня 2026 р.). Дніпро : ВНПЗ «Дніпровський гуманітарний університет», 2026. 87 с.

Збірник містить матеріали Всеукраїнської науково-практичної конференції «Теорія та практика повоєнного відновлення індустрії гостинності в Україні» (29.05.2026), у роботі якої взяли участь представники закладів вищої освіти та наукових установ, недержавних установ України та зарубіжних країн

Матеріали науково-практичної конференції надруковані в авторській редакції.

РЕДАКЦІЙНА КОЛЕГІЯ

докт. юрид. наук, проф. **Олег КИРИЧЕНКО** (*голова);* док. ек. наук, проф. **Ігор САЗОНЕЦЬ** (*заст. голови);* **Андрій МІРОШНИК** *(секретар)*; канд. юр. наук **Сергій ДУБОВ**; док. ек. наук, проф. **Володимир ДЖИНДЖОЯН**; док. ек. наук, проф. **Ольга САЗОНЕЦЬ;** канд. юр. наук, доц. **Тетяна ЛЕЖНЄВА.**

© ВНПЗ ДГУ, 2026
© Автори, 2026

Лучанська Ю.Г.
УПРАВЛІННЯ СОБІВАРТІСТЮ ПРОДУКЦІЇ РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА ЯК СКЛАДОВА ЕФЕКТИВНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ЗАКЛАДУ..... 59

Саленко Андрій Сергійович
МОЖЛИВОСТІ ВИКОРИСТАННЯ МАТРИЦІ MCKINSEY В АНАЛІЗІ РОЗВИТКУ СФЕРИ ПОСЛУГ..... 62

Ярмолюк Д.І., Новіцька С.О.
ОСОБЛИВОСТІ УПРАВЛІННЯ СУЧАСНИМ БІЗНЕС-ГОТЕЛЕМ В УМОВАХ ТРАНСФОРМАЦІЇ ІНДУСТРІЇ ГОСТИННОСТІ..... 64

ЗНАЧЕННЯ ЛІКУВАЛЬНО-ОЗДОРОВЧОГО ТУРИЗМУ ТА КУРОРТНОЇ СПРАВИ В СТВОРЕННІ УМОВ ДЛЯ РЕАБІЛІТАЦІЇ УЧАСНИКІВ БОЙОВИХ ДІЙ ТА ЦИВІЛЬНОГО НАСЕЛЕННЯ, ЩО ПОСТРАЖДАЛО ПІД ЧАС ВІЙНИ

Баб'як О.В.
ДЕРЖАВНЕ УПРАВЛІННЯ РОЗВИТКОМ ОЗДОРОВЧИХ ПРОГРАМ В УКРАЇНІ..... 68

Горшкова Л.О., Бойченко С.О.
ПОТЕНЦІАЛ WELLNESS-ГОТЕЛІВ У СИСТЕМІ МЕНТАЛЬНОГО ВІДНОВЛЕННЯ В ПОВОЄННИЙ ЧАС..... 70

Лучанська Ю.Г., Малєєва І.О.
ІНКЛЮЗИВНИЙ СЕРВІС ЯК ІНСТРУМЕНТ ПІДВИЩЕННЯ ЯКОСТІ ОБСЛУГОВУВАННЯ В ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОМУ БІЗНЕСІ..... 73

Торянник В.М., Подольський Д. Р.
СУЧАСНІ КОНЦЕПЦІЇ ІНТЕГРАЦІЇ WELLNESS & SPA У ЛІКУВАЛЬНО-ОЗДОРОВЧОМУ ТУРИЗМІ..... 76

КОМУНІКАЦІЇ ТА РЕКЛАМА В ТУРИЗМІ ТА ГОСТИННОСТІ

Кривенко С.В.
ЗНАЧЕННЯ ЦИФРОВОГО МАРКЕТИНГУ В ІНДУСТРІЇ ГОСТИННОСТІ..... 78

Лисенко О.В., Седлецька О.В., Круглик А.В.
ПОРІВНЯННЯ ФОРМАТІВ ГОТЕЛЬНОГО БРЕНДУ IHG HOTELS & RESORTS..... 80

Сазонець О.М., Чичерина К.О.
ВИКЛИКИ ТА ЕФЕКТИВНЕ ВИКОРИСТАННЯ ІНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГУ В ТУРИСТИЧНИХ КОМПАНІЯХ..... 83

Особливості: комфорт номерів і якість, доступність з летовища.

Зручності: ресторани, бар, паркування, кафе, безкоштовний WI-FI, обслуговування в номерах, цілодобова рецепція.

Висновок. Мережа готелів Marriott є найбільшим готельним оператором світу, яка керує брендами вже майже 40 років. Штаб квартира мережі знаходиться в США, а готелі розташовані в 120 країнах світу. Marriott це - бренд світового класу з ексклюзивними зручностями та сервісом і ввічливим персоналом.

Список використаних джерел та літератури:

1. Уіллард Марріотт: історія успіху/ URL : https://fgritb.knukim.edu.ua/home/news/uillard-marriott-istoriya-uspikhu.html]/
2. Що таке 30 брендів Marriott? https://blog.gettransfer.com/uk/transfer-tips-lifehacks/what-are-the-30-marriott-brands/
3. Courtyard by Marriott Warsaw Airport 4*. URL : https://www.agoda.com/courtyard-warsaw-airport_4/hotel/warsaw-pl.html?cid=1844104&ds=ICP7w8oDj3mvMQdz

Лучанська Юлія Геннадіївна
викладач кафедри туристичного та
готельно-ресторанного бізнесу
Дніпровського гуманітарного університету
ORCID 0009-0005-8234-6965

УПРАВЛІННЯ СОБІВАРТІСТЮ ПРОДУКЦІЇ РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА ЯК СКЛАДОВА ЕФЕКТИВНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ЗАКЛАДУ

Сучасний ресторанний бізнес функціонує в умовах динамічних змін економічного середовища, посилення конкурентної боротьби та зростання вартості матеріальних ресурсів. У таких умовах особливої актуальності набуває проблема ефективного управління собівартістю продукції ресторанного господарства, оскільки саме цей показник визначає рівень рентабельності підприємства, його фінансову стійкість та конкурентоспроможність на ринку [1]. Раціональне управління витратами дозволяє не лише забезпечити стабільність функціонування закладу, але й створити умови для його подальшого розвитку.

Собівартість продукції ресторанного господарства формується під впливом значної кількості чинників, серед яких важливе місце займають витрати на закупівлю сировини, оплату праці персоналу, енергоносії, логістичне забезпечення та експлуатацію технологічного обладнання [2].

Специфіка діяльності закладів ресторанного господарства полягає у необхідності поєднання виробничих, торговельних та сервісних процесів, що значно ускладнює систему контролю витрат. У зв'язку з цим управління собівартістю, на нашу думку, потребує комплексного підходу, який охоплює організаційні, технологічні та облікові аспекти діяльності підприємства.

Крім того, важливу роль у системі управління собівартістю відіграє бухгалтерський облік, який забезпечує формування достовірної інформаційної бази для прийняття управлінських рішень. Саме облікова система дозволяє здійснювати контроль за використанням ресурсів, аналізувати структуру витрат та визначати резерви підвищення ефективності діяльності закладу [3]. Особливого значення набуває калькулювання собівартості продукції, що передбачає визначення витрат на виробництво окремих страв і сприяє формуванню економічно обґрунтованої цінової політики підприємства.

Одним із ключових елементів контролю собівартості у закладах ресторанного господарства є дотримання технологічних карт, які регламентують норми закладки сировини, вихід готової продукції та особливості технологічного процесу. Використання технологічних карт забезпечує стабільність якості продукції, мінімізацію виробничих втрат і раціональне використання матеріальних ресурсів [4]. Також, систематичний аналіз калькуляційних карт дозволяє оперативно реагувати на зміни ринкових цін на сировину та коригувати виробничу діяльність закладу.

У сучасних умовах вагомого значення набуває автоматизація облікових та виробничих процесів. Використання сучасних POS-систем, програм складського обліку та електронного контролю реалізації продукції сприяє підвищенню точності облікових операцій, скороченню часу обробки інформації та мінімізації ризику виникнення помилок [5]. Автоматизовані системи також дозволяють оперативно контролювати залишки продукції, аналізувати обсяги реалізації та прогнозувати потребу в закупівлі сировини.

Для узагальнення основних напрямів управління собівартістю продукції ресторанного господарства доцільно використати дані, наведені в табл. 1.

Таблиця 1

Основні напрями управління собівартістю продукції ресторанного господарства

Напрям управління	Характеристика	Очікуваний результат
Контроль закупівель сировини	Аналіз цін постачальників та якості продукції	Зменшення витрат на сировину
Автоматизація обліку	Використання POS-систем та програм складського обліку	Підвищення точності обліку
Дотримання технологічних карт	Контроль рецептури та норм закладки	Мінімізація перевитрат

Використання сучасного обладнання	Застосування енергоефективної техніки	Скорочення експлуатаційних витрат
Контроль виробничих втрат	Облік списань та залишків продукції	Зниження рівня втрат

Джерело: узагальнено автором на основі [1; 3; 4]

Дані табл. 1 свідчать про те, що ефективне управління собівартістю продукції ресторанного господарства передбачає поєднання економічних, технологічних та організаційних заходів. Особливого значення набувають автоматизація облікових процесів, контроль виробничих втрат та оптимізація закупівельної діяльності, що сприяє підвищенню ефективності функціонування закладу ресторанного господарства.

Водночас сучасні умови господарювання потребують від підприємств ресторанного бізнесу постійного вдосконалення системи управління витратами. Зростання цін на сировину та енергоресурси змушує заклади ресторанного господарства впроваджувати більш ефективні методи контролю витрат, застосовувати цифрові технології та удосконалювати організацію виробничих процесів [2]. Саме комплексний підхід до управління собівартістю дозволяє забезпечити стабільний рівень якості продукції та підвищити ефективність діяльності підприємства.

Крім того, важливим напрямом оптимізації собівартості є підвищення рівня професійної підготовки персоналу, оскільки дотримання технологічних норм та правил роботи із сировиною безпосередньо впливає на рівень виробничих втрат і якість готової продукції [4]. Раціональна організація праці та ефективне використання обладнання сприяють скороченню непродуктивних витрат і покращенню фінансових результатів діяльності закладу.

Підсумовуючи, ми можемо зробити висновок, що управління собівартістю продукції ресторанного господарства є важливою складовою ефективної діяльності підприємства. Раціональна організація виробничих процесів, використання сучасних технологій обліку, впровадження енергоефективного обладнання та контроль витрат забезпечують підвищення прибутковості закладу, зміцнення його конкурентних позицій та стабільний розвиток в умовах сучасного ринку.

Список використаних джерел та літератури:

1. Бойко М. Г., Левицька І. В. Економіка та організація ресторанного господарства : навчальний посібник. Київ : Ліра-К, 2021. 312 с.

2. Дугієнко Н. О., Дугієнко О. Е. Роль фінансів у бізнес-плануванні готельно-ресторанних та туристичних підприємств // *Економіка та суспільство*. 2023. № 47. DOI: https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-47-16

3. Malheiros C., Gomes C., Santos L., Campos F. Monitoring Revenue Management Practices in the Restaurant Industry: A Systematic Literature Review // *Administrative Sciences*. 2025. Vol. 15, № 1. URL: https://www.mdpi.com/2673-5768/6/1/44 (дата звернення: 25.05.2026)

4. П'ятницька Г. Т., П'ятницька Н. О. Управління підприємством ресторанного господарства : підручник. Київ : Центр учбової літератури, 2020. 430 с.

5. Tkachenko T., Honchar L., Basiuk D. Digital technologies in restaurant business management // *Journal of Hospitality and Tourism Research*. 2022. Vol. 5, № 2. С. 45–53.

Саленко Андрій Сергійович
кандидат економічних наук,
докторант Класичного приватного університету (м. Запоріжжя)
ORCID: 0000-0002-4769-9301

МОЖЛИВОСТІ ВИКОРИСТАННЯ МАТРИЦІ MCKINSEY В АНАЛІЗІ РОЗВИТКУ СФЕРИ ПОСЛУГ

В процесі переходу до постіндустріальної економіки сектор послуг зростає швидше, ніж виробничий сектор, і стає ключовим чинником макроекономічної стабільності та інноваційного розвитку. Сектор послуг характеризується високою динамікою, швидкозмінними споживчими уподобаннями, високим рівнем індивідуалізації та нематеріальним характером кінцевого продукту. Це що значно ускладнює довгострокове стратегічне планування. Традиційні інструменти аналізу ринку, зокрема, статистичний аналіз, економічний аналіз часто не мають достатньої гнучкості, щоб адекватно врахувати специфіку діяльності у сфері послуг. У цьому контексті багатофакторна матриця McKinsey та її практичне застосування мають особливе значення. Цей аналітичний інструмент допомагає визначити загальне позиціонування окремих галузей економіки, стратегічних компаній. Основою для такої оцінки є ринкові можливості, внутрішній потенціал та потенціал конкурентоспроможності досліджуваних сфер[1].

Класична матриця Бостонської консалтингової групи (BCG) ґрунтується на двох одновимірних показниках (темпи зростання ринку та відносна частка ринку). На відміну від неї модель McKinsey використовує складні комплексні індекси. Привабливість сектору послуг, або іншої галузі економіки за допомогою цієї матриці може визначатися на основі різних факторів. Можна використовувати такі фактори як розмір та зростання ринку, капіталомітскість, рівень рентабельності, бар'єри для входу та виходу з ринку, а також ступінь державного регулювання[2].