

Kyiv NUFT 2025

May 22, 2025



**INNOVATIVE
TECHNOLOGIES IN
THE HOTEL,
RESTAURANT AND
TOURISM
BUSINESS**

**XIV INTERNATIONAL SCIENTIFIC
AND PRACTICAL CONFERENCE**

**NATIONAL UNIVERSITY OF FOOD
TECHNOLOGIES**



MINISTRY OF EDUCATION AND SCIENCE OF UKRAINE

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ



**НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ХАРЧОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ**



**XIV МІЖНАРОДНА
НАУКОВО-ПРАКТИЧНА
КОНФЕРЕНЦІЯ**

***ІННОВАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ
В ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОМУ ТА
ТУРИСТИЧНОМУ БІЗНЕСІ***

22 травня 2025 р.

Київ НУХТ 2025

ЗМІСТ

Beata Browarczyk

Concepts of an ideal employer and an ideal employee in the light of the research conducted 16

Section 1 «The ospitality Industry of Ukraine: Experience of Adaptation to Today's Conditions, New Challenges and Opportunities, Prospects for Post-War Recovery»

Секція 1 «Індустрія гостинності України: досвід адаптації до умов сьогодення, нові виклики та можливості, перспективи повоєнного відновлення»

1	Паук О.Є. Колівінг як інноваційна модель гостинності в Україні	32
2	Щербак Л.В. Стан та шляхи розвитку готельно-ресторанного бізнесу у період воєнного стану	34
3	Яворська О.Г., Польовик В.В., Кузьмін О.В., Методи нейромаркетингу у сучасній практиці мерчандайзингу	36
4	Пахолюк Т.Є. Відновлення індустрії гостинності та адаптація до умов сьогодення, перспективи повоєнного відновлення	37
5	Соколов Я., Сильчук Т., Впровадженням центру психологічної підтримки при готелі	39
6	Dudnyk S.O., Kaplina A.S. A model for implementing green innovations in the hotel sector of ukraine: adaptation of international experience	40
7	Нікітіна Т.А. Механізм концентрації та централізації капіталу як чинник підвищення конкурентоспроможності готельних підприємств	42
8	Мар'янчук А.В., Матюшенко Р.В. Міжнародні дегустації вин	43
9	Вдовиченко Я.М., Сильчук Т.А. Внутрішній брендинг як інструменту мотивації персоналу готельного підприємства	45

Section 2 «Hotel and Restaurant Business and Catering: Current Trends, Management Innovations, Successful Cases and Sustainable Development Strategies»

Секція 2 «Готельно–ресторанна справа та кейтеринг: актуальні тренди, управлінські інновації, успішні кейси та стратегії сталого розвитку»

1	Дигдалович М., Паска М.З. Роль арт-кейтерингу у формуванні іміджу готельно-ресторанного закладу	48
2	Якобчук Р. Л., Пономаренко В. В. Ежекційні технології та інженерні мережі в системі готельно-ресторанного комплексу: сучасні підходи та перспективи впровадження	49
3	Ярошук А.Ю., Шидловська О.Б., Арпуль О.В. Інтеграція новітніх реабілітаційних послуг для оздоровчих готельних підприємств	51
4	Німець А.С., Паска М.З. Бойківський обід – смак традицій Карпат	53

ВНУТРІШНІЙ БРЕНДИНГ ЯК ІНСТРУМЕНТУ МОТИВАЦІЇ ПЕРСОНАЛУ ГОТЕЛЬНОГО ПІДПРИЄМСТВА

Вдовиченко Я.М., здобувач

Сильчук Т.А., д.т.н., проф.

*Національний університет харчових технологій
(НУХТ), м. Київ*

В умовах сьогодення, коли бізнес в Україні функціонує під впливом численних викликів (нестабільна економіка, військовий стан, кадрові втрати та психологічна втома працівників), впровадження інструментів мотивації персоналу для діяльності готельного підприємства є важливим та актуальним.

Одним із таких інструментів є внутрішній брендинг- підхід, що дозволяє не просто інформувати співробітників про корпоративні цінності, а й робити їх активними носіями бренду компанії. Внутрішній брендинг — це система переконань, норм, поведінкових моделей і практик, яка формує внутрішню культуру організації та впливає на ставлення працівників до роботи [1].

Готелі, що активно працюють над формуванням внутрішнього бренду, демонструють вищий рівень в утриманні персоналу, зменшенні плинності кадрів і кращі результати адаптації нових працівників. Це дозволяє значно скоротити витрати на набір та навчання персоналу, забезпечити стабільність колективу та підвищити рівень задоволеності працівників.

Після 2022 року головними цінностями для персоналу стали не лише кар'єрні можливості, а й емоційна безпека, довіра до керівництва, стабільна комунікація в закладах готельного бізнесу та гнучкість у прийнятті рішень. Нині в Україні працює не більше 20% готелів, у грошовому виразі це максимум 2 – 3%. Через бойові дії і тимчасову окупацію територій багато об'єктів частково зруйновано або знищено. Це свідчить про те, що у період війни внутрішній брендинг повинен стати основою для збереження ефективності роботи підприємства, забезпечуючи моральну та психологічну підтримку працівників.

Інвестування у навчання та розвиток є необхідною складовою для підтримки високого рівня обслуговування та конкурентоспроможності готельного бізнесу. Кожен працівник має свій потенціал та унікальні навички, які можуть бути корисними для виконання конкретних завдань та ролей у компанії. Важливо створити умови для мотивації, що дозволяють працівникам реалізувати свої здібності та професіоналізм. Важливими також для цього є відкритий обмін ідеями та досвідом, що дозволяє впроваджувати нові підходи та покращувати існуючі процеси. Регулярні наради, робочі групи та спільні проекти можуть стати запорукою успіху в досягненні поставлених цілей.

Індивідуальні винагороди, такі як премії, бонуси чи додаткові вихідні - є важливим інструментом мотивації. Такий підхід дозволяє не лише стимулювати працівників до досягнення кращих результатів, але й підвищує загальну продуктивність на підприємстві. Це, у свою чергу, допомагає зберегти позитивну атмосферу в колективі, стимулює командний дух та забезпечує

більш високу якість обслуговування гостей.

Проведення тренінгів, допомога психолога, спрямованих на адаптацію працівників до роботи в кризових умовах, з акцентом на управління стресом і розвиток емоційної стійкості, також є важливим елементом підтримки мотивації. Такі тренінги допомагають знизити негативний вплив стресових факторів на ефективність роботи працівників, забезпечують емоційну стабільність і підвищують готовність до адаптації в будь-яких умовах [6]. Важливою складовою є також підтримка відкритої комунікації між працівниками та керівництвом, що формує у працівників відчуття важливості та належності до компанії, знижує рівень стресу і покращує взаєморозуміння в колективі.

Висновок. Таким чином, внутрішній брендинг безпосередньо пов'язаний з усіма процесами, які формують ставлення працівників до компанії. Попри складні ситуації, в яких нині функціонує готельно-ресторанний бізнес, внутрішній брендинг проявляє себе як надзвичайно важливий та ефективний інструмент стратегічного управління персоналом.

Література

1. Зеркаль А. В. Корпоративна культура та комерційна свідомість персоналу –інноваційні напрями розвитку підприємств. монографія. Tallinn: Teadmus OÜ, 2022. URL: https://www.researchgate.net/publication/366385946_Korporativna_kultu_ra_ta_komercijna_svidomist_personalu_innovacijni_naprami_rozvitku_pidpriemstv
2. Канцур І. Г., Пастух А. О. Управління персоналом готельно-ресторанних підприємств під час війни: збереження кадрів та мотивація. Проблеми сучасних трансформацій. Серія: економіка та управління, 2022, 16.
3. Коваленко О.В, Новікова А.В. «Внутрішньофірмове навчання та перспективи його використання в готельних комплексах України». Вісник Луганського національного університету імені Тараса Шевченка. Педагогічні науки 3 (357), 2023, с. 37-43.
4. Корсак Р., Кіш Г., Годя І. Організація роботи персоналу ресторанного підприємства. Актуальні питання гуманітарних наук. 2020. Вип. 20. Том 1. С.4-8.
5. **Мархонос С. М., Борисюк О. А.** *Готельно-ресторанний бізнес України в умовах війни // Розвиток готельного та туристичного бізнесу: пріоритети та перспективи : матеріали Міжнар. турист. форуму. – К: КНЕУ, 2023. – С. 40–42*
6. **Нещадим Л. М., Праїтно Г.** *Стратегії інноваційного розвитку готельно-ресторанних підприємств України. Соціально-економічні дослідження в Україні, 2022, 3(48), 61–68.*
7. Ринок готельної нерухомості в умовах війни: інтерв'ю з Артуром Лупашком//24 Канал. – 2023. – 2 листопада. – URL: https://realestate.24tv.ua/rinok-gotelnoyi-neruhomosti-umovah-viyini-intervyu-arturom-lupashko_n2199996
8. Черевань, І., Коваленко, Ю., Голець, С. Мотивація персоналу підприємств: сучасні тренди в умовах воєнного стану. Сталий розвиток економіки, 2024, 4(51), 104-109. URL: <https://doi.org/10.32782/2308-1988/2024-51-14>