

Міністерство освіти і науки України

Національний університет харчових технологій

89

**Міжнародна наукова
конференція молодих учених,
аспірантів і студентів**

**"Наукові здобутки молоді –
вирішенню проблем
харчування людства у ХХІ
столітті"**

3-7 квітня 2023 р.

Частина 3

Київ НУХТ 2023

89 International scientific conference of young scientist and students "Youth scientific achievements to the 21st century nutrition problem solution", April, 3-7, 2023. Book of abstract. Part 3. NUFT, Kyiv.

The publication contains materials of 89 International scientific conference of young scientists and students "Youth scientific achievements to the 21st century Nutrition problem solution".

It was considered the problems of improving existing and creating new energy and resource saving technologies for food production based on modern physical and chemical methods, the use of unconventional raw materials, modern technological and energy saving equipment, improve of efficiency of the enterprises, and also the students research work results for improve quality training of future professionals of the food industry.

The publication is intended for young scientists and researchers who are engaged in definite problems in the food science and industry.

© NUFT, 2023

Матеріали 89 Міжнародної наукової конференції молодих учених, аспірантів і студентів "Наукові здобутки молоді – вирішенню проблем харчування людства у XXI столітті", 3-7 квітня 2023 р. – К.: НУХТ, 2023 р. – Ч.3. – 517 с.

Видання містить матеріали 89 Міжнародної наукової конференції молодих учених, аспірантів і студентів "Наукові здобутки молоді – вирішенню проблем харчування людства у XXI столітті".

Розглянуто проблеми удосконалення існуючих та створення нових енергетичних та ресурсощадних технологій для виробництва харчових продуктів на основі сучасних фізико-хімічних методів, використання нетрадиційної сировини, новітнього технологічного та енергозберігаючого обладнання, підвищення ефективності діяльності підприємств, а також результати науково-дослідних робіт студентів з метою підвищення якості підготовки майбутніх фахівців харчової промисловості.

Розраховано на молодих науковців і дослідників, які займаються означеними проблемами у харчовій науці та промисловості.

© НУХТ, 2023

Зміст

| | |
|---|------------|
| 20. Економіка та управління..... | 8 |
| 20.1. Економічна теорія..... | 9 |
| 20.2. Сучасні методи управління підприємством..... | 25 |
| 20.3. Економіка підприємств харчової промисловості..... | 48 |
| 20.4. Менеджмент персоналу в діяльності підприємств..... | 63 |
| 20.5. Економіко-правове забезпечення бізнесу | 100 |
| 20.6. Маркетинг..... | 125 |
| 20.7. Міжнародна економіка..... | 178 |
| 21. Обліково-фінансова діяльність..... | 187 |
| 21.1. Облік, аудит та аналіз на підприємствах..... | 187 |
| 21.2. Фінанси..... | 200 |
| 22. Готельно-ресторанний та туристичний бізнес..... | 209 |
| 22.1. Готельно-ресторанна справа..... | 210 |
| 22.2. Організація готельного та туристичного обслуговування..... | 254 |
| 22.3. Технологія ресторанної продукції..... | 289 |
| 23. Гуманітарні дисципліни..... | 337 |
| 23.1. Історія України..... | 338 |
| 23.2. Культурологія..... | 393 |
| 23.3. Філософія і психологія..... | 429 |
| 24. Іноземні мови..... | 452 |
| 24.1. Іноземні мови професійного спрямування..... | 453 |
| 24.2. Ділова англійська мова і міжнародна комунікація..... | 490 |

1. Переосмислення туристичного іміджу країни та туристичного іміджу регіонів

Дмитро Алтухов, Ірина Мельник

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. Внаслідок військової агресії російської федерації повністю знищено чи частково пошкоджено пам'ятки культури і історії, музеї, релігійні об'єкти, природні парки, готельна і транспортна інфраструктура, що потребує переосмислення туризму та туристичного іміджу України, іміджу міст і регіонів.

Матеріали і методи. Промоція DESTINATION України за кордоном для пошуку ресурсів на відновлення туристичних атракцій у посткризовий період (після Перемоги) здійснюється на рівні держаної і регіональної влади із залученням туризмознавців-практиків, істориків, туристичних гідів, академічної спільноти, фахівців суміжних до туризму галузей; вивчається міжнародний досвід, оцінюються і порівнюються всі реалізовані країнами посткризові кейси.

Результати. Ключовим для переосмислення туристичного іміджу України та її регіонів є визначення базового підходу, який стане вихідною точкою для організації ядра туристичних маршрутів, а отже, і ядром комунікаційно-інформаційної політики країни. Серед альтернативних сценаріїв переосмислення іміджу можна виділити два: перший – створення нового туристичного бренду з метою заміщення спогадів про війну і перенесення уваги туристів, другий – формування і розвиток бренду на основі пам'яті і спогадів про війну.

На думку науковців М. Йоханссона, Дж. Леннона, М. Фолі метою брендингу країни і регіону є представлення чистого, привабливого образу місця, що неминуче означає вибір певного елемента для включення в офіційні повідомлення, ігноруючи або стираючи інші елементи, адже події, які відбулися нещодавно, темніші, ніж ті, які мають більш давню історію [1].

Розвиток в Україні «темного туризму» («dark tourism»), зважаючи на те, що він має свого цільового туриста і досить часто пов'язаний з освітнім туризмом, може мати місце, але не повинен ставати основою туристичного іміджу країни та найбільш постраждалих від війни регіонів.

С перших днів війни та сьогодні, після року від повномасштабного вторгнення, зрозуміло, що українське суспільство має використати світову увагу до України і українців та у майбутньому перетворити її на туристичний потік. Вважаємо, що для нашої країни туристичний імідж повинен базуватися на самоідентифікації українців як нації, яка захищає свою незалежність і суверенітет, а, отже, перетворенні конфлікту на нову спадщину.

Висновки. Туристичний імідж України та туристичний імідж регіонів має переосмислюватися і перебудовуватися на основі пам'яті і спогадів про війну. В основі іміджу повинна бути самоідентифікація українців як нації, які захищають свою незалежність і суверенітет. Військова агресія є частиною нашої нової спадщини, маємо пам'ятати про це на шляху до Перемоги.

Література

1. Растворова, М. Підходи до позиціонування туристичних DESTINATION в умовах викликів війни: аналіз досвіду країн балканського півострову. *Вчені записки Університету «КРОК»*, 2022, (3(67)), 83–91. URL: <https://doi.org/10.31732/2663-2209-2022-67-83-91>.