

Уманський національний університет

Факультет менеджменту

Кафедра туризму та готельно-ресторанної справи

**Стратегічні перспективи туристичної
та готельно-ресторанної індустрії в Україні:
теорія, практика та інновації розвитку**

**Матеріали
Всеукраїнської науково-практичної інтернет-конференції**

30 жовтня 2025 року

Умань-2025

УДК 338.48:640.43

С83

Рекомендовано до друку Вченою радою Уманського національного університету (протокол №4 від 10 листопада 2025 року)

Редакційна колегія:

Нагернюк Д.В., завідувач кафедри туризму та готельно-ресторанної справи Уманського національного університету, к.е.н., доцент;

Транченко Л.В., професор кафедри туризму та готельно-ресторанної справи Уманського національного університету, д.е.н, професор;

Кожухівська Р.Б., доцент кафедри туризму та готельно-ресторанної справи Уманського національного університету, к.е.н., доцент;

Коваленко Л.Г., доцент кафедри туризму та готельно-ресторанної справи Уманського національного університету, к.е.н., доцент;

Малюга Л.В., доцент кафедри туризму та готельно-ресторанної справи Уманського національного університету, к.е.н., доцент;

Непочатенко В.О., доцент кафедри туризму та готельно-ресторанної справи Уманського національного університету, к.е.н., доцент;

Саковська О.М., доцент кафедри туризму та готельно-ресторанної справи Уманського національного університету, к.е.н., доцент;

Тимчук С.В., доцент кафедри туризму та готельно-ресторанної справи Уманського національного університету, к.е.н., доцент.

Відповідальність за зміст і достовірність публікацій несуть автори. Точки зору авторів публікацій можуть не співпадати з точкою зору редакційної колегії збірника.

С83

Стратегічні перспективи туристичної та готельно-ресторанної індустрії в Україні: теорія, практика та інновації розвитку: збірник матеріалів Всеукр. наук.-прак. інт.-конф., 30 жовтня 2025 р. Умань: ВПЦ «Візаві», 2025. 505 с.

У збірнику матеріалів Всеукраїнської науково-практичної інтернет-конференції «Стратегічні перспективи туристичної та готельно-ресторанної індустрії в Україні: теорія, практика та інновації розвитку» 30 жовтня 2025 року подано тези доповідей учених, науковців, наукових співробітників, викладачів, аспірантів, здобувачів вищої освіти щодо теоретичних та практичних аспектів інноваційного розвитку туристичного бізнесу, рекреаційної сфери та готельно-ресторанної індустрії в Україні.

Праці науковців, які долучилися до формування збірника, стосуються аналізу сучасного стану та тенденцій розвитку індустрії туризму в Україні та ЄС; трендів сучасного туристичного та готельно-ресторанного бізнесу в умовах глобалізації; розвитку та реалізації інновацій в туризмі на сфері гостинності; регіональних проблем розвитку туристичного та готельно-ресторанного бізнесу; питань впровадження процесів діджиталізації та реалізації Startup-проектів у сфері туризму і гостинності; соціально-культурних, психологічних та комунікаційних аспектів розвитку туризму й рекреації; інноваційних підходів менеджменту та маркетингу в туристичному та готельно-ресторанному бізнесі; специфіки забезпечення безпеки та формування умов сталого розвитку туристичної галузі в умовах війни та післявоєнного відновлення України.

Видання рекомендоване для осіб, які займаються дослідженнями у напрямку розвитку туристичного та готельно-ресторанного бізнесу.

УДК 338.48:640.43

©УНУ, 2025

ЗМІСТ

РОЗДІЛ 1.

<i>Сучасний стан та тенденції розвитку індустрії туризму в Україні та ЄС</i> <i>Слущтій І.І.</i> FEATURES OF COMMUNICATION BETWEEN STAFF AND CLIENTS IN THE HOTEL AND RESTAURANT BUSINESS	16
<i>Бас Ю.А.</i> ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ У СВІТІ ТА В УКРАЇНІ	19
<i>Бондарчук Р.І.</i> ФАКТОРИ ТА ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ МІЖНАРОДНОГО ТУРИЗМУ: ВИКЛИКИ ДЛЯ ІНДУСТРІЇ ГОСТИННОСТІ	20
<i>Воєцька В.В.</i> СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ В ЄВРОПІ	22
<i>Горобченко К.Я.</i> РОЗВИТОК СІЛЬСЬКОГО ЗЕЛЕНОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ	24
<i>Грушко С.С.</i> ЛІКУВАЛЬНО-ОЗДОРОВЧІ КОМПЛЕКСИ В СТРУКТУРІ ГОТЕЛЬНОГО БІЗНЕСУ УКРАЇНИ	27
<i>Демко В.С.</i> АДАПТАЦІЯ УКРАЇНСЬКОЇ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ ЯКІСТЮ В ТУРИЗМІ ДО МІЖНАРОДНИХ СТАНДАРТІВ	30
<i>Єрко І.В., Мельник Н.В., Качаровський Р.Є.</i> СТАЛІЙ РОЗВИТОК ЛОКАЛЬНОГО ТУРИЗМУ ВОЛИНИ	33
<i>Лиса А.М.</i> ЗАГАЛЬНІ ПРИНЦИПИ ОРГАНІЗАЦІЇ ТРАНСПОРТНОГО ОБСЛУГОВУВАННЯ ТУРИСТІВ	36
<i>Маковська М.К.</i> СУЧАСНІ ВИКЛИКИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ ІНТЕГРАЦІЇ ТУРИСТИЧНОЇ СФЕРИ УКРАЇНИ У ЄВРОПЕЙСЬКИЙ ПРОСТІР	38
<i>Масловата С.А.</i> ВПЛИВ РЕКРЕАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ТА ПРИРОДНИХ РЕСУРСІВ НА РОЗВИТОК ТУРИЗМУ	39
<i>Павлюк А.А.</i> ІНСТИТУЦІЙНЕ СЕРЕДОВИЩЕ ПОГЛИБЛЕННЯ МІЖНАРОДНОГО СПІВРОБІТНИЦТВА В ТУРИСТИЧНІЙ ГАЛУЗІ	42
<i>Присяжнюк С.О.</i> РОЗВИТОК SPA ТА WELLNESS-ГОТЕЛІВ ЯК ПЕРСПЕКТИВНИЙ НАПРЯМ ІНДУСТРІЇ ГОСТИННОСТІ УКРАЇНИ	48
<i>Пшеничко К.Р.</i> ГАСТРОНОМІЧНИЙ ТУРИЗМ: НОВИЙ ДРАЙВЕР ЕКОНОМІЧНОГО ЗРОСТАННЯ В УКРАЇНІ ТА ЄВРОПІ	51
<i>Стадник Я.Д.</i> УМОВИ РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНО-РЕКРЕАЦІЙНОЇ СФЕРИ	53
<i>Чуб М.В.</i> РОЗВИТОК ТУРИЗМУ В ЄВРОПІ: ТУРИСТИЧНА ПОЛІТИКА ЄВРОПЕЙСЬКОГО СОЮЗУ	55

РОЗДІЛ 2.

Тренди в сучасному туристичному та готельно-ресторанного бізнесу в умовах глобалізації

<i>Fadieieva V.O.</i> GLOBAL TRENDS IN THE DEVELOPMENT OF THE INTERNATIONAL HOTEL BUSINESS	58
<i>Udoovenko I.O., Vorosyuk P.M.</i> LAND USE FORECASTING AND PLANNING IN UKRAINE: CURRENT CHALLENGES AND REGULATORY FRAMEWORK	60
<i>Александрова В.В.</i> ІТАЛІЙСЬКИЙ ТУРИЗМ В ЕПОХУ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ: СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ ТА ПЕРСПЕКТИВИ	62
<i>Болотенюк О.С.</i> ВПЛИВ ПАНДЕМІЇ COVID-19 НА ГЛОБАЛЬНИЙ ТУРИЗМ	65
<i>Гаталяк О.О., Ганич Н.М.</i> СУЧАСНІ ГЛОБАЛЬНІ ТРЕНДИ РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА	69
<i>Гурова Д.Д.</i> ТРЕНДЕНЦІЇ ТУРИСТИЧНОЇ ГАЛУЗІ НА 2025 РІК – ШТУЧНИЙ ІНТЕЛЕКТ, СТАЛИЙ РОЗВИТОК ТА НОВІ НОРМИ ПОДОРОЖЕЙ	71
<i>Кобічук О.С.</i> ГЛОБАЛЬНІ ТРЕНДИ РОЗВИТКУ СІЛЬСЬКОГО ЗЕЛЕНОГО ТУРИЗМУ В КОНТЕКСТІ СТАЛОГО РОЗВИТКУ РЕГІОНІВ УКРАЇНИ	74
<i>Козяревич А.М.</i> ІННОВАЦІЇ У СФЕРІ ТЕХНОЛОГІЧНИХ ПРОЦЕСІВ ПІДПРИЄМСТВ ХАРЧОВОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ	76
<i>Ксеняк С.М.</i> КОНЦЕПТУАЛЬНІ ГОТЕЛІ ЯК ТРЕНД СУЧАСНОЇ ІНДУСТРІЇ ГОСТИННОСТІ В УМОВАХ ГЛОБАЛЬНИХ ВИКЛИКІВ	78
<i>Кудінова І.П.</i> ПОПУЛЯРИЗАЦІЯ ЕКО-ГОСТИННОСТІ В УКРАЇНІ: ФЕРМЕРСЬКІ ГОСПОДАРСТВА ТА ЗАКЛАДИ БЕЗВІДХОДНОЇ КУЛЬТУРИ	81
<i>Кулик Л.І.</i> РЕКРЕАЦІЙНИЙ ТУРИЗМ: МЕТА ТА ВИДИ	84
<i>Лозовська К.С.</i> СТАЛИЙ РОЗВИТОК ЯК КЛЮЧОВИЙ ТРЕНД У ГЛОБАЛЬНІЙ ТУРИСТИЧНІЙ ІНДУСТРІЇ	86
<i>Маланіч Р.В.</i> ЗАСТОСУВАННЯ КАРТОГРАФІЇ У РОЗВИТКУ СПОРТИВНОГО ТУРИЗМУ	88
<i>Нікітіна Т.А.</i> ОЦІНЮВАННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ПРОЦЕСІВ КОНЦЕНТРАЦІЇ ТА ЦЕНТРАЛІЗАЦІЇ КАПІТАЛІВ ПІДПРИЄМСТВ ІНДУСТРІЇ ГОСТИННОСТІ В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ	91
<i>Оберемченко Є.В.</i> МЕХАНІЧНЕ УСТАТКУВАННЯ ЗАКЛАДІВ РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА	92

<i>Петрівська С.П.</i> ІННОВАЦІЙНІ ПІДХОДИ ДО ПРОСУВАННЯ СІЛЬСЬКОГО ТУРИЗМУ В УМОВАХ ЦИФРОВІЗАЦІЇ ТА ГЛОБАЛІЗАЦІЇ	94
<i>Притуляк О.В.</i> ІННОВАЦІЇ СИСТЕМИ ОБСЛУГОВУВАННЯ КЛІЄНТІВ ГОТЕЛЬНО- РЕСТОРАННОГО КОМПЛЕКСУ	96
<i>Рябенська М.О.</i> СВІТОВІ ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ В СВІТІ	99
<i>Сирватка М.С.</i> СУЧАСНІ ГАСТРОНОМІЧНІ ТРЕНДИ	102
<i>Стойко І.І., Сивопляс М.Л.</i> НОВІ СТАНДАРТИ В ІНДУСТРІЇ ГОСТИННОСТІ: ТЕХНОЛОГІЇ БЕЗКОНТАКТНОГО СЕРВІСУ	104
<i>Тищенко О.Л.</i> КУЛІНАРНИЙ ТУРИЗМ ЯК ІНСТРУМЕНТ КУЛЬТУРНОЇ ДИПЛОМАТІЇ	107
<i>Толстомятенко О.О.</i> БУТІК-ГОТЕЛІ ЯК ПРОСТІР ЕМОЦІЙ І УНІКАЛЬНОГО ТУРИСТИЧНОГО ДОСВІДУ	109
<i>Транченко Л.В., Алешугіна Н.О.</i> СУЧАСНА ТРАНСФОРМАЦІЯ УКРАЇНСЬКИХ ТРАДИЦІЙ ГОСТИННОСТІ ТА ЇХ ІНТЕГРАЦІЯ У ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННИЙ СЕРВІС	112
<i>Тютенко Є.І.</i> ПОПУЛЯРНІСТЬ МЕРЕЖЕВИХ ТУРИСТИЧНИХ АГЕНТСТВ В УКРАЇНІ	115
<i>Ухач С.М.</i> ЕКОЛОГІЧНА ТА СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ ПРИ ЗАБЕЗПЕЧЕННІ МАТЕРІАЛЬНО-ТЕХНІЧНОЇ СКЛАДОВОЇ ГОТЕЛЬНОГО ТА РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ	117
<i>Хлопак С.В.</i> ТРЕНДИ ТА ІННОВАЦІЇ У МУЗЕЙНОМУ ТУРИЗМІ	119
<i>Цівко А.О., Піковець Є.О.</i> НОВІ ВИКЛИКИ УПРАВЛІННЯ ЯКІСТЮ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННИХ ПОСЛУГ У ГЛОБАЛЬНОМУ СЕРЕДОВИЩІ	122
<i>Чудновська О.В.</i> ГЛЕМПІНГ ЯК СУЧАСНИЙ НАПРЯМОК РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ	125
<i>Шикіна О.В.</i> ДОСЛІДЖЕННЯ ДИНАМІКИ РІВНЯ ДОХОДУ МІЖНАРОДНИХ ГОТЕЛЬНИХ МЕРЕЖ	126
<i>Юр'єв К.О., Лузан К.О.</i> ФОРМУВАННЯ ІМІДЖУ ТА ЙОГО РОЛЬ У ФУНКЦІОНУВАННІ ЗАКЛАДІВ ГОСТИННОСТІ	131

РОЗДІЛ 3.

Інноваційні аспекти розвитку туристичного та готельно-ресторанного бізнесу

<i>Chudnovska O.V.</i> TRENDS AND MAINSTREAMS OF UKRAINIAN FAST FOOD	134
---	-----

<i>Filipova O.Yu.</i>	INNOVATIVE FORMATS OF PARTNERSHIPS BETWEEN HOTELS AND FOODTECH AND TRAVELTECH STARTUPS	136
<i>Viter G.P.</i>	ІННОВАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ ОБСЛУГОВУВАННЯ ГОСТЕЙ В РЕСТОРАННОМУ БІЗНЕСІ	138
<i>Дикий П.Д.</i>	ФРАНЧАЙЗИНГ КАВ'ЯРЕНЬ ЯК ІНСТРУМЕНТ ВІДНОВЛЕННЯ ТУРИСТИЧНИХ ЦЕНТРІВ	141
<i>Дубініна А.А., Ленерт С.О.</i>	ОСОБЛИВОСТІ ОРГАНІЗАЦІЇ ТА ТЕХНОЛОГІЇ НАДАННЯ ПОСЛУГ РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА	144
<i>Забалдіна Ю.Б.</i>	МЕТОДИКА ФАХОВОЇ ОЦІНКИ ТУРИСТИЧНИХ РЕСУРСІВ ДЕСТИНАЦІЇ	147
<i>Затаракхан О.В.</i>	СТАНДАРТИ ОБСЛУГОВУВАННЯ У ГОТЕЛІ	150
<i>Коваленко Л.Г.</i>	ІННОВАЦІЙНІ ПІДХОДИ В РЕСТОРАННОМУ ХАРЧУВАННІ	153
<i>Кожухівська Р.Б.</i>	ІННОВАЦІЇ У РОЗВИТКУ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ	155
<i>Лиса А.М.</i>	СУЧАСНІ МЕТОДИ ОБСЛУГОВУВАННЯ У ЗАКЛАДАХ РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА	157
<i>Матвейчук О.О.</i>	ІННОВАЦІЙНІ СТРАТЕГІЇ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМНИЦТВА В ТУРИСТИЧНІЙ СФЕРІ	159
<i>Нікітін О.А.</i>	ІННОВАЦІЙНІ АСПЕКТИ РОЗВИТКУ КРУЇЗНОГО ТУРИЗМУ В КРАЇНАХ ЄС	162
<i>Польова О.Л.</i>	ІННОВАЦІЙНІ АСПЕКТИ ЗАСТОСУВАННЯ РЕТ-ТЕРАПІЇ В КОНТЕКСТІ РОЗВИТКУ РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ	165
<i>Процюк А.Л.</i>	УПРАВЛІННЯ ХАРЧОВОЮ БЕЗПЕКОЮ ТА ЯКІСТЮ В РЕСТОРАНАХ ЗА СИСТЕМОЮ НАССР	168
<i>Пугачова М.Ю., Оржаховська А.С.</i>	КОНЦЕПЦІЯ "HUMANLESS SERVICE" ДЛЯ АВТОМАТИЗАЦІЇ ЗАКЛАДІВ БЕЗ ПЕРСОНАЛУ ЯК НОВА МОДЕЛЬ РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ	171
<i>Ремігайло І.Ю.</i>	РЕВЕНЮ-МЕНЕДЖМЕНТ У ПЕРІОД ТУРБУЛЕНТНОСТІ	173
<i>Святогор А.С.</i>	ІННОВАЦІЇ В ГОТЕЛЬНІЙ ІНДУСТРІЇ	176
<i>Ульяницька К.Р.</i>	АКТУАЛЬНІСТЬ ІНКЛЮЗИВНОСТІ У БІЗНЕС-ПЛАНУВАННІ ДИТЯЧИХ ТАБОРІВ	178

<i>Хлоп'як С.В., Гаїдим А.В.</i>	
СВІТОВІ ПРАКТИКИ РОЗВИТКУ ЛІТЕРАТУРНОГО ТУРИЗМУ:	181
ПОТЕНЦІАЛ АДАПТАЦІЇ В УКРАЇНІ	
<i>Чичун В.А.</i>	
РЕПУТАЦІЯ БІЗНЕСУ ЯК НЕМАТЕРІАЛЬНИЙ АКТИВ КОМПАНІЇ	183

РОЗДІЛ 4.

Регіональні проблеми розвитку туристичного та готельно-ресторанного бізнесу

<i>Gorina G.O., Kozhukhova T.V.</i>	
OVERVIEW OF THE GLOBAL SUSTAINABLE TOURISM COUNCIL STANDARDS AND SUGGESTED INDICATORS FOR DESTINATION	186
<i>Антошкова Н.А.</i>	
ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ КРАФТОВОГО ВИНОРОБСТВА ПОДІЛЛЯ	189
<i>Бондаренко О.О., Коломієць К.В.</i>	
ПРИРОДНО-ЕКОЛОГІЧНІ ОСОБЛИВОСТІ РОЗВИТКУ СІЛЬСЬКОГО ТУРИЗМУ НА ОДЕЩИНІ	191
<i>Боровик П.М., Удовенко І.О., Яроменко Д.А.</i>	
ПОДОРОЖІ ВАСКО ДА ГАМИ ТА ЇХ ЗНАЧЕННЯ ДЛЯ РОЗВИТКУ ЕКОНОМІКИ І ТУРИЗМУ НА ТЕРЕНАХ ПІВДЕННО-СХІДНОЇ АЗІЇ	194
<i>Горенська Д.О., Мазуркевич І.О.</i>	
ЧИННИКИ ФОРМУВАННЯ ТА УМОВИ РОЗВИТКУ КОН'ЮНКТУРИ СВІТОВОГО РИНКУ ГОТЕЛЬНИХ ТА РЕСТОРАННИХ ПОСЛУГ	195
<i>Давидова О.А.</i>	
ПРИНЦИПИ ОРГАНІЗАЦІЇ ОБСЛУГОВУВАННЯ ГОСТЕЙ В ГОТЕЛІ	197
<i>Жмуденко В.О.</i>	
ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ ІНДУСТРІЇ ГОСТИННОСТІ ЧЕРКАСЬКОГО РЕГІОНУ	200
<i>Зараховський О.Є., Семенчук П.Г.</i>	
АРХІТЕКТУРНА СПАДЩИНА УКРАЇНСЬКИХ МІСТ ЯК ЛАТЕНТНИЙ ТУРИСТИЧНИЙ РЕСУРС	203
<i>Качала В.С.</i>	
РОЛЬ ГАСТРОНОМІЧНОГО ТУРИЗМУ У ФОРМУВАННІ ІМІДЖУ РЕГІОНІВ	205
<i>Кирилюк Є.В.</i>	
СІЛЬСЬКИЙ ЗЕЛЕНИЙ ТУРИЗМ ЯК СКЛАДОВА СТАЛОГО РОЗВИТКУ СІЛЬСЬКИХ ТЕРИТОРІЙ	208
<i>Колодзійська М.А., Владимир О.М.</i>	
ОСОБЛИВОСТІ ФУНКЦІОНУВАННЯ ЛОКАЛЬНОГО РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ В УМОВАХ МАЛИХ МІСТ	211
<i>Кондуракі В.В.</i>	
РЕГІОНАЛЬНІ КУЛІНАРНІ ТРАДИЦІЇ ЯК ОСНОВА ГАСТРОНОМІЧНОЇ ПРИВАБЛИВОСТІ ТЕРИТОРІЙ	214
<i>Куделіна С.Б.</i>	
ЕКСКУРСІЙНИЙ ПОТЕНЦІАЛ ІСТОРИЧНИХ СЕЛИЩ ОДЕСЬКОГО РЕГІОНУ	216

<i>Понтус О.В.</i>	
СІЛЬСЬКИЙ ЗЕЛЕНИЙ ТУРИЗМ - СТРАТЕГІЧНА СКЛАДОВА РОЗВИТКУ СІЛЬСЬКИХ ТЕРИТОРІЙ	219
<i>Приходько З.В., Грецька А.В.</i>	
ГЕОГРАФІЧНЕ ПОЛОЖЕННЯ МІСТА ЯК ЧИННИК РОЗВИТКУ МІСЬКОГО ТУРИЗМУ	221
<i>Сич В.А., Романіщук І.О.</i>	
ПРОБЛЕМА ОВЕРТУРИЗМУ В НАЙПОПУЛЯРНІШИХ ТУРИСТИЧНИХ ДЕСТИНАЦІЯХ ТАЙЛАНДУ	224
<i>Смирнов І.Г., Любіцева О.О., Гринюк Д.Ю.</i>	
ПІВДЕННА АФРИКА - ПОДОРОЖ НА КРАЙ ЗЕМЛІ ЗІ СМАКОМ SAUVIGNON BLANC ТА SAVANNA DRY	227
<i>Сокол Т.Г.</i>	
ТЕРИТОРІАЛЬНІ ТРАНСФОРМАЦІЇ В СФЕРІ ТУРИЗМУ УКРАЇНИ ЯК РЕЗУЛЬТАТ ВПЛИВУ СУЧАСНИХ УМОВ ЇЇ РОЗВИТКУ	231
<i>Тимчук С.В.</i>	
СОЦІАЛЬНІ ІННОВАЦІЇ У СФЕРІ ТУРИЗМУ ЯК ЧИННИК ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ТЕРИТОРІЙ	234
<i>Цапенко М.О.</i>	
ПРИРОДНІ ОБ'ЄКТИ ДОЛИНИ РІЧКИ ТОМАКІВКА ЯК ОБ'ЄКТИ ЕКОЛОГІЧНОГО ТУРИЗМУ (ЗАПОРІЗЬКА ОБЛАСТЬ)	238
<i>Шелеметьєва Т.В.</i>	
РЕГІОНАЛЬНА ПОЛІТИКА СТАЛОГО РОЗВИТКУ ІНДУСТРІЇ ТУРИЗМУ І ГОСТИННОСТІ ПІВДНЯ УКРАЇНИ: СТРАТЕГІЧНІ ПІДХОДИ ТА СУЧАСНІ ВИКЛИКИ	241
<i>Шелюг К.В., Жданюк Д.В.</i>	
МАЛОВІДОМІ ЛОКАЦІЇ ЯК ЧИННИК АКТИВІЗАЦІЇ РЕКРЕАЦІЙНО-ТУРИСТИЧНИХ ПРОЦЕСІВ У РЕГІОНІ	244
<i>Якимець В.О.</i>	
РОЗВИТОК ЕКОТУРИЗМУ ЯК СКЛАДОВОЇ СТАЛОГО РОЗВИТКУ РЕГІОНІВ УКРАЇНИ	246
<i>Яріко М.О.</i>	
РЕГІОНАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНОГО ПРОСТОРУ СЛОБОЖАНЩИНИ (КЕЙС М. ЛЮБОТИН)	248
<i>Яценко А.О.</i>	
РОЛЬ СПОРТИВНОГО ТУРИЗМУ У ФОРМУВАННІ ТУРИСТИЧНОЇ ПРИВАБЛИВОСТІ РЕГІОНІВ УКРАЇНИ	250

РОЗДІЛ 5.

Діджиталізація та Startup-проекти у сфері туризму і гостинності	
<i>Strokovych H.V.</i>	
PROSPECTS FOR THE DEVELOPMENT OF THE HOTEL AND RESTAURANT BUSINESS IN THE CONDITIONS OF THE DIGITALIZATION OF THE WORLD	253
<i>Абашикін М.Б.</i>	
ЦИФРОВІ ВИКЛИКИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ В ТУРИСТИЧНІЙ ІНДУСТРІЇ: РИЗИКИ ТРАНСФОРМАЦІЇ ТА ТРЕНДИ МАЙБУТНЬОГО	254

<i>Андренко І.Б.</i> БАР'ЄРИ ЦИФРОВОЇ ТРАНСФОРМАЦІЇ ТА КАДРОВОЇ АДАПТАЦІЇ В УКРАЇНСЬКОМУ ГОТЕЛЬНОМУ СЕКТОРІ	257
<i>Асмолова Н.О.</i> ДІДЖИТАЛІЗАЦІЯ ТА STARTUP-ПРОЄКТИ У ТУРИЗМІ ТА СФЕРІ ГОСТИННОСТІ	260
<i>Беркун К.В.</i> ВИКОРИСТАННЯ МЕРЕЖІ ІНТЕРНЕТ В ТУРИСТИЧНОМУ БІЗНЕСІ	262
<i>Боровик П.М., Медвідь Я.П.</i> ДІДЖИТАЛІЗАЦІЯ В САДОВО-ПАРКОВОМУ ГОСПОДАРСТВІ – ВАЖЛИВА ПЕРЕДУМОВА РОЗВИКУ МІСЦЕВОГО ТУРИЗМУ	265
<i>Волощук Д.В.</i> РОЛЬ ТРЕВЕЛ-БЛОГЕРІВ У ДІДЖИТАЛІЗАЦІЇ ТУРИСТИЧНОГО БІЗНЕСУ	268
<i>Кожухівська Р.Б.</i> ДІДЖИТАЛІЗАЦІЯ ЯК КАТАЛІЗАТОР ГЛОБАЛЬНОЇ ТРАНСФОРМАЦІЇ СФЕРИ ТУРИЗМУ	270
<i>Линник К.Р.</i> STARTUP-ПРОЄКТИ ЯК ЧИННИК ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВ СФЕРИ ГОСТИННОСТІ ТА ТУРИЗМУ В ЕПОХУ ДІДЖИТАЛІЗАЦІЇ	272
<i>Мудрак Я.О.</i> РОЛЬ КАРТ У РОЗРОБЦІ ТУРИСТИЧНИХ ПУТІВНИКІВ ТА МОБІЛЬНИХ ДОДАТКІВ	274
<i>Онищук Н.В.</i> ВПРОВАДЖЕННЯ АВТОМАТИЗОВАНИХ СИСТЕМ УПРАВЛІННЯ В ЗАКЛАДАХ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА	276
<i>Попова М.Ю.</i> ІННОВАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ У ТУРИЗМІ ТА ГОТЕЛЬНО- РЕСТОРАННОМУ ГОСПОДАРСТВІ	280
<i>Постова В.В.</i> ІННОВАЦІЙНІ ІТ-РІШЕННЯ ДЛЯ АВТОМАТИЗАЦІЇ ОБСЛУГОВУВАННЯ У РЕСТОРАНАХ	282
<i>Святогор А.С.</i> ЦИФРОВІ ТЕХНОЛОГІЇ У ГОТЕЛЬНОМУ БІЗНЕСІ	285
<i>Севастьянова А.І.</i> ВПРОВАДЖЕННЯ ШТУЧНОГО ІНТЕЛЕКТУ У СФЕРІ ГОТЕЛЬНО- РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ: СВІТОВИЙ ДОСВІД ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ	287
<i>Смук В.С.</i> ІННОВАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ У СФЕРІ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ	289
<i>Стопченко Є.І.</i> ІННОВАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ СУБ'ЄКТІВ ГОТЕЛЬНОГО БІЗНЕСУ УКРАЇНИ ПІД ЧАС ВІЙНИ	292
<i>Транченко О.М.</i> ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ ЦИФРОВІЗАЦІЇ ЕКОНОМІКИ В УКРАЇНІ	295

<i>Філь М.І.</i>	СУЧАСНІ ТЕХНОЛОГІЇ ПРОДУКЦІЇ РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ У ЄВРОПЕЙСЬКИХ КРАЇНАХ	297
<i>Чибирик М.С.</i>	ВПРОВАДЖЕННЯ ЦИФРОВИХ ТА СОЦІАЛЬНИХ ІННОВАЦІЙ У ГОТЕЛЬНОМУ БІЗНЕСІ	300
<i>Юневич А.Л.</i>	КЛІНІНГОВІ ІННОВАЦІЇ В ГОТЕЛЬНОМУ ГОСПОДАРСТВІ	302

РОЗДІЛ 6.

Соціально-культурні, психологічні та комунікаційні аспекти розвитку туризму і рекреації

<i>Dziarcka A.M.</i>	TRAINING OF MANAGEMENT SPECIALISTS FOR BUSINESS STRUCTURES IN THE HOSPITALITY INDUSTRY	305
<i>Ахмедова О.О., Недашківська А.І.</i>	ОСОБЛИВОСТІ ОРГАНІЗАЦІЇ ХАРЧУВАННЯ ПАСАЖИРІВ У ТУРИСТИЧНОМУ ТРАНСПОРТІ	308
<i>Гурова М.М.</i>	ПОДОРОЖ ЯК ШЛЯХ ДО СЕБЕ: ТИПОЛОГІЯ ТУРИСТІВ І ТРАНСФОРМАЦІЯ ІДЕНТИЧНОСТІ	310
<i>Демешко Є.О.</i>	РОЛЬ КУРОРТІВ У ЗМІЦНЕННІ ФІЗИЧНОГО, МЕДИЧНОГО ТА ПСИХІЧНОГО ЗДОРОВ'Я ЛЮДИНИ	312
<i>Єніфанов М.П.</i>	ОРГАНІЗАЦІЙНІ АСПЕКТИ КОНФЕРЕНЦ-СЕРВІСУ В ГОТЕЛІ	315
<i>Заріцька А.О.</i>	ОРГАНІЗАЦІЙНІ ЗАХОДИ В СУЧАСНОМУ ДІЛОВОМУ ТУРИЗМІ	318
<i>Затарахкан О.В.</i>	УСТАТКУВАННЯ ДЛЯ КОНФЕРЕНЦ- ТА БІЗНЕСЦЕНТРІВ	320
<i>Коваленко А.О.</i>	ВИБІР ПАРТНЕРІВ У СФЕРІ РОЗМІЩЕННЯ: РОЛЬ ТУРОПЕРАТОРА	322
<i>Коваленко В.А.</i>	СИНЕРГІЯ АГРАРНОГО ТА РЕСТОРАННОГО СЕКТОРІВ: РИНОК ПРОДУКЦІЇ ПТАХІВНИЦТВА В СИСТЕМІ ГАСТРОНОМІЧНОГО БІЗНЕСУ УКРАЇНИ	324
<i>Козловський Р.С.</i>	ГАСТРОНОМІЧНИЙ ТУРИЗМ ЯК РЕСУРС ВІДНОВЛЕННЯ СОЦІОКУЛЬТУРНОЇ ІДЕНТИЧНОСТІ ДЕСТИНАЦІЇ	327
<i>Козяревич А.М.</i>	СТИЛІ ІНТЕР'ЄРНИХ РІШЕНЬ У ЗАКЛАДАХ РОЗМІЩЕННЯ	329
<i>Колосюк М.В.</i>	СУТНІСТЬ І СПЕЦИФІКА СПОЖИВЧОЇ ПОВЕДІНКИ НА РИНКУ ТУРИСТИЧНИХ ПОСЛУГ	332
<i>Кузьомська К.С.</i>	“ФЕРМА ЯК ДІМ”: АГРОТУРИЗМ НОВОГО ПОКОЛІННЯ В УКРАЇНІ	334

<i>Кучерявий А.В.</i> РОЗВИТОК КООПЕРАТИВІВ В МЕЖАХ СІЛЬСЬКИХ ТЕРИТОРІАЛЬНИХ ГРОМАД НА ПРИНЦИПАХ СТАЛОСТІ: КОНЦЕПТУАЛЬНО- МЕТОДОЛОГІЧНИЙ ДИСКУРС	337
<i>Кучерявий В.В.</i> РОЗВИТОК МАЛИХ ГОСПОДАРСЬКИХ ФОРМУВАНЬ В АГРАРНОМУ СЕКТОРІ ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ: ІННОВАЦІЙНИЙ ПІДХІД	341
<i>Массель Ю.С.</i> РОЛЬ ТУРИЗМУ У ФОРМУВАННІ ТУРИЗМОЛОГІЇ	345
<i>Медведюк Є.Ю.</i> ІСТОРІЯ ТА РОЗВИТОК ТУРОПЕРАТОРСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ: ВІД ВИТОКІВ ДО СУЧАСНОГО СТАНУ	347
<i>Нагернюк Д.В.</i> УКРАЇНСЬКА НАЦІОНАЛЬНА КУХНЯ: ІСТОРИЧНІ ВИТОКИ ТА ЧИННИКИ ФОРМУВАННЯ	349
<i>Непочапенко В.О.</i> ГАСТРОНОМІЧНЕ ЗНАЧЕННЯ СИРІВ	351
<i>Оберемченко Є.В.</i> ОСОБЛИВОСТІ СИСТЕМИ ХАРЧУВАННЯ В ГОТЕЛЯХ	353
<i>Онпичук А.А.</i> ПОВЕДІНКА ТУРИСТА: ФАКТОРИ ТА ТЕНДЕНЦІЇ	354
<i>Осадчук М.О.</i> ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ УПРАВЛІННЯ ЗАПАСАМИ СИРОВИНИ ТА ТОВАРІВ	357
<i>Слесаренко О.Ю.</i> КУЛІНАРНІ ТЕНДЕНЦІЇ У РОЗВИТКУ РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ	360
<i>Суліма Л.В.</i> МОВНА СТРАТЕГІЯ ЯК ІНСТРУМЕНТ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ТУРИСТИЧНИХ КОМПАНІЙ НА МІЖНАРОДНОМУ РИНКУ	362
<i>Фернос Ю.І.</i> ОСВІТНІЙ ПОТЕНЦІАЛ МОВНОГО ТУРИЗМУ В КОНТЕКСТІ ФОРМУВАННЯ ІНШОМОВНОЇ КОМУНІКАТИВНОЇ КОМПЕТЕНТНОСТІ	365
<i>Хома Д.М.</i> РОЗВИТОК ТУРИЗМУ І РЕКРЕАЦІЇ: СУЧАСНІ АСПЕКТИ	368
<i>Шевченко І.В.</i> ЗАСТОСУВАННЯ ЧАЮ АШВАГАНДИ В КОКТЕЙЛЯХ ФУНКЦІОНАЛЬНОГО ПРИЗНАЧЕННЯ В УМОВАХ ЗАКЛАДІВ РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА	370
<i>Шпикуляк О.Г., Гаєнко В.І.</i> ДОСВІД ЗАРУБІЖНИХ КРАЇН ДЛЯ РОЗВИТКУ КООПЕРАЦІЇ В АГРАРНІЙ СФЕРІ ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ	373

РОЗДІЛ 7.

Інноваційні підходи менеджменту та маркетингу в туристичному і готельно-ресторанному бізнесі

<i>Бичков М.А.</i> СУЧАСНІ КОНЦЕПЦІЇ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ ЗАКЛАДУ РОЗМІЩЕННЯ	377
<i>Бондаренко В.С.</i> МАРКЕТИНГОВІ ТА УПРАВЛІНСЬКІ ІННОВАЦІЇ ЯК ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ В СУЧАСНИХ УМОВАХ	379
<i>Влащенко Н.М., Лук'янчук А.І.</i> МАРКЕТИНГОВІ КОМУНІКАЦІЇ В ТУРИСТИЧНОМУ БІЗНЕСІ: СТРУКТУРА, ОСОБЛИВОСТІ ТА ПРАКТИЧНЕ ЗАСТОСУВАННЯ	382
<i>Вовчок А.Ю.</i> УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ: ЯК СФОРМУВАТИ КОМАНДУ СЕРВІСНОГО БІЗНЕСУ	384
<i>Глущик В.М.</i> ОБЛІК І ОПОДАТКУВАННЯ В ТУРИСТИЧНИХ АГЕНТСТВАХ	387
<i>Гончар А.С.</i> ІННОВАЦІЙНІ МЕТОДИ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ ЗАКЛАДУ РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА	390
<i>Гуті С.Д.</i> СУЧАСНІ МЕТОДИ І МОДЕЛІ ПРИЙНЯТТЯ УПРАВЛІНСЬКИХ РІШЕНЬ	392
<i>Дісяк А.А.</i> РОЛЬ РЕКЛАМИ В ДІЯЛЬНОСТІ СУЧАСНОГО ПІДПРИЄМСТВА ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОЇ ГАЛУЗІ	395
<i>Долинська О.О.</i> МАРКЕТИНГОВІ СТРАТЕГІЇ У ПРОСУВАННІ ТУРИСТИЧНИХ ДЕСТИНАЦІЙ В УМОВАХ ЦИФРОВОЇ ТРАНСФОРМАЦІЇ	396
<i>Драганов О.В.</i> УПРАВЛІННЯ КОНКУРЕНТНИМИ ПЕРЕВАГАМИ ЗАКЛАДІВ РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА У ПЕРІОД РИНКОВИХ КОЛИВАНЬ	399
<i>Дунаєнко А.С.</i> МАРКЕТИНГОВІ СТРАТЕГІЇ ПРОСУВАННЯ ТУРИСТИЧНИХ ПРОДУКТІВ	401
<i>Житар В.О., Бучко Ж.І.</i> МЕНЕДЖМЕНТ ГІРСЬКОГО ТУРИЗМУ КАРПАТСЬКОГО РЕГІОНУ (НА ПРИКЛАДІ УКРАЇНИ ТА РУМУНІЇ)	404
<i>Ільченко І.Ю.</i> ОБЛІК РОЗРАХУНКІВ З КЛІЄНТАМИ ТА ПОСТАЧАЛЬНИКАМИ У СФЕРІ ТУРИЗМУ	406
<i>Карчевська М.О.</i> ТУРИЗМ І МАРКЕТИНГОВІ СТРАТЕГІЇ: РОЛЬ БРЕНДИНГУ ТА ЦИФРОВОГО МАРКЕТИНГУ У ПРИВЕРТАННІ ТУРИСТІВ	409
<i>Коваленко А.О.</i> ВИКОРИСТАННЯ РЕКЛАМИ НА РИНКУ ТУРИСТИЧНИХ ПОСЛУГ	412

<i>Козловський Є.В., Самонова А.О.</i>	
ОПТИМІЗАЦІЯ БІЗНЕС-ПРОЦЕСУ РЕЄСТРАЦІЇ ТА ПОСЕЛЕННЯ ГОСТЕЙ У ГОТЕЛЬНІЙ ІНДУСТРІЇ	414
<i>Курмишов О.Р.</i>	
СУЧАСНІ ТЕХНОЛОГІЇ УПРАВЛІННЯ В СФЕРІ ГОСТИННОСТІ	416
<i>Левицька І.В.</i>	
ІМЕРСИВНИЙ МАРКЕТИНГ ТА ПЕРСОНАЛІЗАЦІЯ ЯК КЛЮЧОВІ ІННОВАЦІЇ У СФЕРІ ГОСТИННОСТІ	418
<i>Массель Ю.С.</i>	
СПЕЦИФІКА ОРГАНІЗАЦІЇ PR-КАМПАНІЇ В ТУРИЗМІ	420
<i>Медведюк Є.Ю.</i>	
РОЛЬ МАРКЕТИНГУ В ІНДУСТРІЇ ГОСТИННОСТІ	421
<i>Мельник В.В.</i>	
ФОРМУВАННЯ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ ЯКІСТЮ ПІДПРИЄМСТВ ГОТЕЛЬНОГО БІЗНЕСУ	424
<i>Мельничук В.В.</i>	
МАРКЕТИНГОВІ СТРАТЕГІЇ СЕГМЕНТАЦІЇ ТА ВИБОРУ ЦІЛЬОВОГО РИНКУ	425
<i>Михайловська А.І.</i>	
СПЕЦИФІКА ІМІДЖ-МЕНЕДЖМЕНТУ У СІЛЬСЬКОМУ ЗЕЛЕНОМУ ТУРИЗМІ	427
<i>Мустяце А.О.</i>	
ПОЛІТИКА УПРАВЛІННЯ АКТИВАМИ ПІДПРИЄМСТВА	429
<i>Наливайко В.О.</i>	
МАРКЕТИНГОВА ПОЛІТИКА ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННИХ ПІДПРИЄМСТВ ЩОДО УТРИМАННЯ ЛОЯЛЬНИХ СПОЖИВАЧІВ	432
<i>Незвещук-Когут Т.С.</i>	
ЕМОЦІЙНИЙ МАРКЕТИНГ ЯК ІНСТРУМЕНТ ЛОЯЛЬНОСТІ ГОСТЕЙ У СФЕРІ ГОСТИННОСТІ	434
<i>Немикіна М.О.</i>	
МАРКЕТИНГОВІ ІНСТРУМЕНТИ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ТУРИСТИЧНОГО БІЗНЕСУ	437
<i>Подзігун С.М., Лемецук Р.В.</i>	
РОЛЬ ПРОЦЕСУ АДАПТАЦІЇ ПРАЦІВНИКІВ У ПІДВИЩЕННІ РЕЗУЛЬТАТИВНОСТІ ВИКОРИСТАННЯ КАДРОВОГО ПОТЕНЦІАЛУ АГРАРНОГО ПІДПРИЄМСТВА	440
<i>Путренко В.А.</i>	
ІННОВАЦІЙНІ МАРКЕТИНГОВІ СТРАТЕГІЇ ВІДНОВЛЕННЯ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ В УМОВАХ ПІСЛЯВОЄННОГО ПЕРІОДУ	443
<i>Соколовський Т.О.</i>	
МАРКЕТИНГОВА СТРАТЕГІЯ У РЕСТОРАННОМУ БІЗНЕСІ ЯК ІНСТРУМЕНТ ФОРМУВАННЯ КОНКУРЕНТНИХ ПЕРЕВАГ	444
<i>Стойченко Ю.В.</i>	
МЕТОДИ АНАЛІЗУ ЕФЕКТИВНОСТІ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ	446
<i>Транченко Л.В.</i>	
УПРАВЛІННЯ ТУРИСТИЧНО-РЕКРЕАЦІЙНОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ В УКРАЇНІ	448

<i>Чудновська О.В.</i> МІЖНАРОДНИЙ ДОСВІД КОНЦЕПЦІЇ ESG У ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОМУ БІЗНЕСІ	449
<i>Якименко С.В.</i> ІНТЕРНЕТ -МАРКЕТИНГ РЕСТОРАНУ	452

РОЗДІЛ 8.

Забезпечення безпеки та сталий розвиток туристичної галузі в умовах війни та післявоєнного відновлення

<i>Kolisnichenko P.T.</i> PROBLEMS OF THE TOURISM BUSINESS IN UKRAINE IN THE CONTEXT OF WAR	454
<i>Барвінок Н.В.</i> РОЗВИТКУ ЕКОТУРИЗМУ В ПОВОЄННИЙ ПЕРІОД: СВІТОВИЙ ДОСВІД ДЛЯ УКРАЇНИ	456
<i>Беркун К.В.</i> УПРАВЛІННЯ САНАТОРНО-КУРОРТНИМИ КОМПЛЕКСАМИ УКРАЇНИ В УМОВАХ ВІЙНИ	459
<i>Бородай К.О.</i> МІЖНАРОДНИЙ ДОСВІД ПІСЛЯВОЄННОГО ВІДНОВЛЕННЯ ГОТЕЛЬНОЇ ІНДУСТРІЇ	460
<i>Заліско С.Р.</i> СТАЛИЙ ТУРИЗМ ЯК ІНСТРУМЕНТ ВІДНОВЛЕННЯ ТУРИСТИЧНОЇ СФЕРИ УКРАЇНИ У ПІСЛЯВОЄННИЙ ПЕРІОД	463
<i>Катюжанський М.А.</i> СУЧАСНИЙ СТАН ГОТЕЛЬНОЇ ІНДУСТРІЇ УКРАЇНИ В УМОВАХ ВІЙНИ	466
<i>Климчук А.О.</i> ОСОБЛИВОСТІ ФУНКЦІОНУВАННЯ ТА НАПРЯМИ ВІДНОВЛЕННЯ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ В УКРАЇНИ В ПЕРІОД ВОЄННОГО СТАНУ	467
<i>Кожухівська Р.Б.</i> РОЗВИТОК ТУРИСТИЧНОЇ ІНДУСТРІЇ: БАР'ЄРИ ТА ШЛЯХИ ЇХ ПОДОЛАННЯ	470
<i>Лук'янчук А.І.</i> ТРАНСФОРМАЦІЯ МАРКЕТИНГОВИХ КОМУНІКАЦІЙ У ТУРИСТИЧНОМУ БІЗНЕСІ В УМОВАХ ВОЄННИХ ВИКЛИКІВ	473
<i>Матвієнко Я.О.</i> КРИТЕРІЙ БЕЗПЕКИ В ОРГАНІЗАЦІЇ ТУРИСТИЧНИХ ПЕРЕВЕЗЕНЬ НА ЗАЛІЗНИЧНОМУ ТРАНСПОРТІ	475
<i>Мельничук В.В.</i> УПРАВЛІННЯ СТАЛИМИ ТУРИСТИЧНИМИ ПРОЄКТАМИ: БАЛАНС МІЖ ПРИБУТКОМ І ВІДПОВІДАЛЬНІСТЮ	478
<i>Мисенко С.В.</i> ФУНКЦІОНУВАННЯ, ВИКЛИКИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНО-ГОТЕЛЬНОЇ СФЕРИ В УМОВАХ ВІЙНИ ТА ПІСЛЯВОЄННОЇ ВІДБУДОВИ	480

<i>Онопченко В.Ю.</i> ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ КОНКУРЕНТНОГО РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНИХ ТЕРИТОРІЙ В УМОВАХ КРИЗИ	483
<i>Пентюк М.О.</i> ЕКОНОМІЧНА ЕФЕКТИВНІСТЬ АГРАРНИХ ПІДПРИЄМСТВ В УМОВАХ НЕВИЗНАЧЕНОСТІ	485
<i>Саган А.І.</i> ВПЛИВ ВОЄННОГО СТАНУ НА РОЗВИТОК РИНКУ ГОТЕЛЬНИХ ТА РЕСТОРАННИХ ПОСЛУГ УКРАЇНИ	488
<i>Саковська О.М.</i> БІЗНЕС-ПЛАНУВАННЯ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ СФЕРИ ТУРИЗМУ ТА ГОСТИННОСТІ	490
<i>Свідло К.В., Кизим Д.О.</i> ДОСЛІДЖЕННЯ БЕЗПЕКИ І ПРИВАБЛИВОСТІ ГАСТРОКАФЕ В УМОВАХ ВОЄННОГО СТАНУ	494
<i>Стойко О.А.</i> АНАЛІЗ ВПЛИВУ ВІЙСЬКОВОГО СТАНУ НА ІНДУСТРІЮ ПОДОРОЖЕЙ В УКРАЇНІ	496
<i>Тимчук В.А.</i> ІНТЕГРАЦІЯ НАВЧАЛЬНИХ ФЕРМЕРСЬКИХ ГОСПОДАРСТВ У СИСТЕМУ ТУРИСТИЧНОГО БРЕНДИНГУ АГРАРНИХ РЕГІОНІВ	498
<i>Федак Л. М.</i> ГОТЕЛЬНИЙ БІЗНЕС В УКРАЇНІ В УМОВАХ ВІЙНИ	500
<i>Юневич. А.Л.</i> УКРАЇНА В РЕЖИМІ ВІДНОВЛЕННЯ ТУРИЗМУ	503

РОЗДІЛ 1.

Сучасний стан та тенденції розвитку індустрії туризму в Україні та ЄС

*Chuchmii I.I.,
senior lecturer,
Uman National University*

FEATURES OF COMMUNICATION BETWEEN STAFF AND CLIENTS IN THE HOTEL AND RESTAURANT BUSINESS

In the hotel and restaurant industry, communication between staff and clients plays a vital role in creating a positive guest experience. Unlike many other service sectors, hospitality depends heavily on personal interaction. Every greeting, tone of voice, gesture, and response contributes to shaping how clients perceive the business. Effective communication is not only about exchanging information; it is about building relationships, trust, and emotional connections that make guests feel valued and respected. This article explores the main features of communication between staff and clients in hotels and restaurants, emphasizing verbal and non-verbal communication, cultural sensitivity, emotional intelligence, service personalization, and the use of modern technologies.

Communication in the hospitality industry serves several purposes: it facilitates service delivery, builds customer satisfaction, resolves conflicts, and strengthens loyalty. Hotels and restaurants are service-oriented environments where clients expect efficiency, politeness, and attention to details. According to research by the Cornell School of Hotel Administration, guests rate communication as one of the top three factors influencing their overall satisfaction. A simple misunderstanding or lack of empathy can turn a pleasant experience into a disappointing one [1]. Good communication ensures that the needs of the client are clearly understood and met. Staff must not only convey information accurately but also interpret the client's words, tone, and body language. For instance, a guest's hesitation or facial expression may signal dissatisfaction even if they do not verbalize it. Skilled hospitality workers are trained to recognize such cues and respond appropriately.

Verbal communication is the foundation of interaction between staff and guests. The way employees speak, their tone, word choice, and politeness directly impacts how clients perceive the quality of service. Courteous greetings such as "Good evening, how may I assist you?" or "It's our pleasure to have you with us" set a welcoming tone and make guests feel appreciated.

One of the key features of effective verbal communication in hospitality is clarity. Staff must provide clear, concise information when describing menu items, hotel services, or booking details. Misunderstandings can easily lead to dissatisfaction, especially for international guests who may not be fluent in the local language. For this reason, many hotels and restaurants require employees to speak at least one foreign language, most commonly English, as it is considered the global language of tourism. Tone is equally important. A friendly, calm, and respectful

Серед практичних напрямів удосконалення туристичної діяльності варто виокремити:

- розробку навчальних програм із міжкультурної комунікації для фахівців туристичної галузі [1, с. 9];
- використання цифрових медіа для ефективного діалогу з туристами [2, с. 2];
- активне залучення місцевих громад до планування розвитку туризму [2, с. 4];
- формування стандартів етичної поведінки, мовної толерантності та поваги до культурних особливостей [1, с. 10].

Ігнорування соціально-культурних чи психологічних аспектів розвитку туризму може призвести до зниження якості туристичного досвіду, “культурного виснаження” територій і соціальної напруги [1, с. 14]. Тому сучасна туристична політика повинна враховувати не лише економічні, а й гуманітарні складники.

Перспективи подальших досліджень охоплюють аналіз ефективності комунікаційних стратегій у різних культурних контекстах, вивчення психологічного впливу рекреації на місцеві громади, а також роль медіа та цифрових платформ у формуванні туристичних моделей поведінки [2, с. 6–7]. Подальший розвиток науки про туризм має ґрунтуватися на міждисциплінарному підході, що об'єднує соціологію, психологію, культурологію, економіку та інформаційні технології.

Бібліографічний список:

1. Albu C. E. Intercultural Communication in Tourism. *Cross-Cultural Management Journal*. 2015. Vol. XVII. Issue 1. P. 7-14.
2. Pecheniuk A. Media communication interaction in rural tourism. *Journal of Innovations and Sustainability*. 2021. Vol. 5, No. 1. P. 1-9.

Шевченко І.В.,

здобувач вищої освіти,

Пушка О.С.,

к.т.н., доцент,

Національний університет харчових технологій

ЗАСТОСУВАННЯ ЧАЮ АШВАГАНДИ В КОКТЕЙЛЯХ ФУНКЦІОНАЛЬНОГО ПРИЗНАЧЕННЯ В УМОВАХ ЗАКЛАДІВ РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА

Ресторанний бізнес у сучасних умовах розвивається під впливом тенденцій здорового харчування та попиту на продукти з вираженими функціональними властивостями. Відвідувачі все частіше обирають напої, що не лише мають привабливий смак, але й сприяють гармонізації психоемоційного стану, підвищенню працездатності чи покращенню сну [1]. У цьому контексті особливої уваги заслуговує ашваганда (*Withania somnifera*),

яка відома в аюрведичній практиці як потужний адаптоген. Її основні фармакологічні властивості полягають у зниженні рівня кортизолу, підвищенні стресостійкості, нормалізації сну та антиоксидантному ефекті [2].

У фармацевтичній галузі вона вже активно використовується у вигляді капсул, порошків і стандартизованих екстрактів, проте можливості інтеграції ашваганди у ресторанні напої, зокрема функціональні коктейлі, залишаються недостатньо дослідженими.

Саме тому актуальним є вивчення перспектив застосування чаю ашваганди у створенні інноваційних напоїв ресторанного сегменту.

Для досягнення мети було здійснено аналіз наукових джерел, присвячених хімічному складу та біологічній активності ашваганди [2], а також робіт, що висвітлюють тенденції розвитку функціональних продуктів в ресторанній сфері [3]. Особлива увага приділялася даним про вміст вітанолідів, алкалоїдів і флавоноїдів, які зумовлюють адаптогенну дію рослини. Крім того, було розглянуто можливості технологічної адаптації ашваганди у форматі чаю як основи для коктейлів, оскільки саме ця форма дозволяє зберегти натуральність, забезпечити зручність використання у виробничому процесі ресторану та створювати гармонійні смакові поєднання. Методологія дослідження включала літературний аналіз, зіставлення результатів різних спостережень та досліджень.

Отримані дані вказують на значний потенціал чаю ашваганди при розробці функціональних коктейлів. Використання його дозволяє підсилувати оздоровчу складову меню, задовольняючи сучасні вимоги споживачів.

Завдяки своїм адаптогенним властивостям ашваганда може стати “ключовим акцентом” у рецептурі напоїв, які розглядаються як засоби для зниження стресу або відновлення енергії. Однак варто враховувати характер смаку і аромату: деякі гості можуть помічати легку гіркоту чи землясті нотки, тому оптимальним варіантом є суміш чаю ашваганди з цитрусовими соками, концентратом гранату, медом, імбирем чи ароматними спеціями. Така рецептурна комбінація не лише приховує специфічні нюанси, а й посилює загальний функціональний ефект.

У ресторанній сфері впровадження чаю ашваганди відкриває двері до створення нових категорій інноваційних напоїв – від авторських коктейлів і гарячих безалкогольних коктейлів до легких алкогольних міксів. Це дає змогу формувати унікальні пропозиції, підкреслюючи турботу закладу про здоров'я гостей і виділяючи його серед конкурентів.

У готельному сегменті функціональні коктейлі на основі ашваганди можуть стати складовою оздоровчих програм гостей. Їх можна готувати в SPA та wellness-готелях, лобі-барах або навіть включати у вітальне меню як інструмент створення позитивного першого враження.

Для барної індустрії ашваганда відкриває шлях до формування нової категорії міксів, орієнтованих на здоровий спосіб життя: бармени можуть поєднувати екстракти ашваганди, свіжих соків, сиропів та спецій, створюючи

особливу нішу для тих, хто відмовляється від алкоголю, але шукає оригінальний напій з виразним ефектом.

У цілому галузь гостинності, застосовуючи чай ашваганди, може відповідати тенденції персоналізованих послуг, оскільки такі напої можуть позиціонуватися як засіб відновлення після перельотів, складова антистресової програми під час ділових заходів або доповнення до гастрономічних турів з акцентом на здорове харчування. Це підвищує конкурентоспроможність закладів, розширює їх асортимент послуг і формує у споживачів стійке асоціативне уявлення про бренд як інноваційний і орієнтований на добробут гостя.

Разом з тим існують певні технологічні та нормативні питання. При високих температурах частина біоактивних компонентів може частково втрачати свою дію, що вимагає від технологів ретельного підходу до вибору методів приготування. Крім того, необхідна уніфікація сировини: використання сертифікованих екстрактів з чітко визначеним вмістом активних речовин гарантує стабільність як лікувального, так і смакового профілю.

Слід зазначити, що в Україні попит на напої з адаптогенами тільки формується, проте глобальний аналіз тенденцій вказує на значне зростання інтересу до такої продукції [3]. Це створює широкі перспективи для позиціонування коктейлів з чаєм ашваганди як інноваційної пропозиції в ресторанах, готелях та барах, що може стати конкурентною перевагою всієї індустрії гостинності.

Використання чаю ашваганди в функціональних коктейлях має значний потенціал як у плані користі для здоров'я, так і з погляду маркетингових можливостей. Цей компонент дає змогу формувати нову категорію напоїв, які поєднують смакову привабливість із корисним впливом на організм. У готельно-ресторанній індустрії коктейлі на базі чаю ашваганди можуть стати складовою оздоровчих і релаксаційних програм.

Включення такого інгредієнту з адаптогенами до спектру послуг сприяє створенню атмосфери турботи про добробут гостей і одночасно формує унікальний образ готелю як закладу, що впроваджує сучасні практики функціонального харчування, а також відповідає сучасним тенденціям здорового харчування людини.

У барній галузі використання чаю ашваганди відкриває перспективу створення нової категорії авторських міксів і безалкогольних коктейлів, орієнтованих на споживачів, які цінують здоров'я та шукають альтернативу традиційним алкогольним напоям.

Отже, застосування чаю ашваганди в функціональних коктейлях може стати важливим кроком для всього сектору гостинності. Воно поєднує бажання споживати здорову їжу з потребою в гастрономічних новинках, забезпечуючи заклади додатковими конкурентними перевагами і формуючи у відвідувачів позитивне враження про сервіс.

Успішність впровадження цього інгредієнта залежатиме від продуманого

підходу до розробки рецептур, відбору якісної сировини, стандартизації виробничих процесів і маркетингової стратегії, спрямованої на інформування клієнтів про корисність подібних напоїв.

Бібліографічний список:

1. Пушка О.С, Шевченко І.В, Сильчук Т.А. Аналіз маркетингової доцільності впровадження функціональних напоїв у закладах готельно-ресторанного бізнесу. *Інфраструктура ринку*. 2025. № 82. С. 299–303. <https://doi.org/10.32782/infrastruct82-48>

2. Хворост О., Рудник А., Скребцова К. *Withania somnifera* (ашваганда) – перспективне джерело сучасних адаптогенних засобів. *Сучасні досягнення фармацевтичної науки в створенні та стандартизації лікарських засобів і дієтичних добавок, що містять компоненти природного походження*: Мат-ли VII Міжнар. науково-практ. інт.-конф., 11 квітня 2025 р. Х.: НФаУ, 2025. С. 193-195. URL: <http://dspace.zsmu.edu.ua/handle/123456789/22444> (дата звернення: 20.09.2025).

3. Корольова Т.А., Крижова Ю.П. Споживання адаптогенів при стресах та депресії. *Наукові здобутки у вирішенні актуальних проблем виробництва та переробки сировини, стандартизації і безпеки продовольства* : Зб. пр. XII Міжнар. науково-практ. конф. вчен., аспірантів і студентів, м. Київ, 18–19 квіт. 2024 р. Київ, 2024. С. 54–56. URL: <https://elartu.tntu.edu.ua/bitstream/lib/45707/1/Збірник%20праць%202024.pdf#page=55> (дата звернення: 20.09.2025).

Шпикуляк О.Г.,

д.е.н., професор, член-кореспондент НААН,

Гаєнко В.І.,

аспірант,

Національний науковий центр “Інститут аграрної економіки”

ДОСВІД ЗАРУБІЖНИХ КРАЇН ДЛЯ РОЗВИТКУ КООПЕРАЦІЇ В АГРАРНІЙ СФЕРІ ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ

Однією з характерних особливостей розвитку сільського господарства розвинених країн є створення сільськогосподарських обслуговуючих кооперативів. Форми і методи об'єднання товаровиробників суттєво відрізняються в різних країнах, що обумовлено специфікою розвитку сільського господарства кожної з них.

Найбільшого розвитку агропромисловий комплекс досяг в розвинутих країнах Європи, особливо в країнах Європейського Союзу (ЄС). Єдина аграрна політика ЄС стала засобом реалізації таких засад, як спільне фінансування дій для регулювання сільського господарства, організація гарантованого збуту на внутрішньому ринку, застосування єдиних торговельно-політичних інструментів і здійснення експорту харчових продуктів на світові ринки.

Основне місце в сільському господарстві Німеччини належить виробництву м'яса і молока. Основний тип господарства – сімейні ферми. Наймана робоча сила становить лише 15% зайнятих у галузі. Середня площа