

Черкаський національний університет
імені Богдана Хмельницького
Навчально-науковий інститут економіки і права
Кафедра туризму і готельно-ресторанної справи



**ТУРИЗМ І ГОСТИННІСТЬ:
СТАН, ПРОБЛЕМИ, ПЕРСПЕКТИВИ**

***Матеріали ІХ Міжнародної
науково-практичної
конференції***

20 березня 2025 р., м. Черкаси

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
Черкаський національний університет
імені Богдана Хмельницького
Черкаська обласна державна адміністрація;
Університет Грінвіча (Велика Британія)
Яський державний університет ім. А.Й Кузи (Румунія)
Празький університетський коледж (Чехія)
ISMA Вища школа менеджменту інформаційних систем (Латвія)
Політехнічний університет Валенсії (Іспанія)
Державний Університет ім. А. Руссо (Молдова)
Вищий навчальний заклад Укоопспілки «Полтавський
університет економіки і торгівлі»
Уманський державний педагогічний університет
імені Павла Тичини
Центральноукраїнський національний технічний університет

ТУРИЗМ І ГОСТИННІСТЬ: СТАН, ПРОБЛЕМИ, ПЕРСПЕКТИВИ

*Матеріали ІХ Міжнародної науково-практичної
конференції*

(20 березня 2025 р., м. Черкаси)

Черкаси
Видавець Юлія Чабаненко
2025

УДК 338.48:33214

ББК 65.43

Т 88

*Рекомендовано до друку на засіданні Вченої ради
Черкаського національного університету імені Богдана Хмельницького
(протокол № 3 від 24 квітня 2025 року)*

Відповідальні за випуск Красномовець В. А., Пасека С. Р.

Т 88 Туризм і гостинність: стан, проблеми, перспективи : матер. IX Міжнар. наук.-практ. конф. (20 березня 2025 р., м. Черкаси). – Черкаси : Вид-ць Юлія Чабаненко, 2025. – 175 с.

У збірнику представлені статті вчених, молодих дослідників, представників туристського бізнесу, присвячені теоретичним і прикладним питанням туризму і гостинності, маркетингу та менеджменту у сфері туризму і гостинності, економічним проблемам у розвитку туризму і готельно-ресторанного бізнесу, професійному розвитку персоналу і корпоративній культурі, формуванню соціального капіталу у сфері туризму та готельно-ресторанного бізнесу, інфраструктурі туризму, аспектам конкурентоспроможності підприємств туристичної галузі, розвитку окремих видів туризму, організації дозвілля та відпочинку туристів, міжнародному співробітництву в галузі туризму.

Усі матеріали надруковано у авторській редакції. Відповідальність за зміст публікації покладено на авторів.

ББК 65.43

© ЧНУ імені Богдана Хмельницького, 2025

ЗМІСТ

Секція 1. Туризм і гостинність: теорія і практика

Транченко Л. В.	
Розвиток рекреаційної сфери в Україні	9
Барвінок Н. В.	
Методи прийняття управлінських рішень на туристичних підприємствах через маркетингові аспекти управління	12
Бугаєва М. В., Кравець А. І.	
Інноваційні концепції проєктування підприємств готельного бізнесу: сутність та конкурентні переваги	14
Дроботова М. В., Башлик О. І.	
Провідні міста Канади як туристичні центри	18
Женжеруха О. В.	
Європейський досвід розвитку молодіжного туризму: можливості для України	20
Піка Д. В.	
Світовий досвід розвитку готельно-ресторанного господарства	22
Скіданов О. А.	
Характеристика туристичного продукту та роль туристичного підприємства в його формуванні	23
Поліщук Я. В.	
Туристичний потенціал Черкаської області: сучасний стан і перспективи використання	26
Родик С. В.	
Смарт -технології як умова сталого розвитку туризму	28
Ткаченко К. С.	
Збереження культурної спадщини Італії як фактор сталого розвитку туристичних територій	31

Секція 2. Актуальні питання розвитку туризму і готельного господарства в Україні та світі.

Мальська М. П., Манько А. М., Ардан Х. В.	
Таємні бокси як спосіб реклами сталих ініціатив у ресторанному бізнесі	34
Баранчук К. О.	
Сутність і розвиток кейтерингу	37
Босецька Н. Г.	
Інноваційні технології та тренди в кондитерському виробництві	39
Головко О. М., Касинець О. В.	
Вплив кулінарного мистецтва на розвиток туризму	42
Джога О. В.	
Використання дикоросів у приготування страв ресторанного господарства	45
Дроботова М. В., Мауріна А. П.	

Світові тенденції форматів стріт-фуду	48
Кадиш А. В.	
Рекреаційно-туристичний потенціал Аляски	50
Кирилюк І. М.	
Значення регенеративного туризму для відновлення екосистем	52
Мигаль К. В.	
Напрями діджиталізації у сфері гостинності	56
Одуха А. С.	
Національний туристичний портал – драйвер туризму Болгарії	59
Редько В. Є.	
Реалізація ESG-принципів в готельно-ресторанному та туристичному бізнесі в умовах сучасних викликів	62
Савченко В. В.	
Ідея здорового харчування у закладах ресторанної індустрії	65
Савчук П. В., Савчук О. В.	
Вплив сталого розвитку на світові туристичні тренди	68
Снігир С. С.	
Джанкет–тури: особливості організації та перспективи розвитку	70
Чайка К. С.	
Сталий природний туризм у Норвегії: досвід та перспективи для України	72

Секція 3. Стан туризму і готельного господарства в Україні у військовий період

Мальська М. П., Манько А. М., Зінько Ю. В.	
Туризм як ефективний шлях реабілітації ветеранів	75
Гаталяк О. М., Філь М. І.	
Стан готельного та ресторанного господарства України під час війни	79
Грибенко М. В.	
Екостежки як важливий рекреаційний ресурс парків і заповідників України	82
Джумурат В. М.	
Правове регулювання розвитку туристичного потенціалу України в умовах воєнного стану	84
Зайченко В. В., Сухотенко Д. І.	
Особливості роботи сучасних закладів готельно-ресторанного бізнесу	88
Рутинський М. Й., Павленко М. О.	
Трансформація ринкової ніші парк-отелів у період воєнного стану	92
Рутинський М. Й., Надемський Є. П.	
Стратегії ведення готельного бізнесу у період воєнного стану	94
Узоровський В. М.	
Стратегії відродження туристичної інфраструктури України після війни	97

Секція 4. Управління у сфері гостинності

Вовк В. В.

Формування програми екологічної сертифікації готелів в Україні 99

Діордієв М. Г.

Сутність та значення іміджу у діяльності підприємств готельно-ресторанного бізнесу 102

Дроботова М. В.

Аналіз меню - необхідний маркетинговий інструмент ресторанного бізнесу 104

Дудник С. О.

Підходи до визначення термінів «інновації» у готельному бізнесі 108

Кампов Н. С., Касинець О. В.

Сутність та специфіка утворення готельних ланцюгів в індустрії гостинності 111

Литвин О. В.

Проблеми якісного кадрового забезпечення підприємств індустрії гостинності 115

Марченко А. С.

Інструменти та актуальні тенденції у створенні та просуванні бренду готельного підприємства 117

Поворознюк І. М.

Екологічний менеджмент в індустрії гостинності 118

Рибакова С. С.

Методи ефективного управління в сфері готельно-ресторанного бізнесу 120

Секція 5. Інфраструктура туризму

Красномовець В. А., Куксенко С.

Сертифікація закладів гостинності в чеській республіці: практика та уроки для України 124

Каплій Т. В.

Формування та реалізація маркетингової політики підприємств ресторанного бізнесу в умовах сучасного ринку 127

Цвіток А.А.

Роль цифрових технологій у вдосконаленні туристичної інфраструктури 130

Секція 6. Аспекти конкурентоспроможності підприємств сфери гостинності

Семикіна М.В., Золотарьов О.О.

Специфіка управління персоналом у сфері гостинності: вітчизняний і зарубіжний досвід 133

Пасєка С.Р., Гриб К.В., Актуальні проблеми управління персоналом в готельно-ресторанних комплексах	136
Дмитришин Б. В., Бєвзенко Є.Г. фактори конкурентоспроможності готельних послуг	139
Дуб В. В., Бричка Б. О. Пластиковий посуд як негатив закладів ресторанного господарства України	141
Кирніс Н. І. Основні тренди клінінгу – запорука конкурентоспроможності готельно- ресторанного бізнесу	143
Куйовда Р. В. Шляхи просування готелів із застосуванням digital- технологій на українському ринку	145
Лєвченко М. П. Розробка стратегій сталого розвитку для різних сегментів готельн ресторанної сфери	147
Мазур С.Є. Еволюція пивної культури: від традицій до сучасних трендів	150
Нєстєрова П. О. Навчання персоналу як інструмент сталого розвитку в готельно- ресторанних комплексах	153
Філіпповський А. В. Створення розумних гастрономічних хабів як інструменту розвитку регіональної економіки України	155
Яценко В. М. Класифікація механічного устаткування закладів ресторанного господарства	158

**Секція 7. Соціально-економічні вектори
відновлення повоєнної України**

Гиндюк Т. М., Бисьмак В. В.

«Зелена економіка» як складова відновлення економіки України 162

Лукач І. І., Матей М.-Л. А.

ресурсозбереження як складова сталого розвитку України 164

Кошеля Д. І.

Методичний базис побудови моделі «сутність-зв'язок» для формалізації
змінності організаційних форм бізнесу в ІТ-сфері 167

Мицик П. П.

Алгоритми поточного коригування загальної результативності
фінансового потенціалу будівельних організацій 169

Мороз О.Ф., Наконечний Ю. В.

Розвиток агропродовольчого ринку України 171

Дудник С. О.,
здобувач вищої освіти
ступеня «доктор філософії»
Науковий керівник: **к.е.н., доцент Капліна А. С.**
Полтавський університет економіки і торгівлі

ПІДХОДИ ДО ВИЗНАЧЕННЯ ТЕРМІНІВ «ІННОВАЦІЙ» У ГОТЕЛЬНОМУ БІЗНЕСІ

Підприємства готельного господарства в умовах сьогодення зазнають значного впливу, що пов'язано з соціально-економічними змінами, зростаючими потребами споживачів, посиленням конкуренції серед готельних закладів та стрімкою інтеграцією технологічних інновацій. Для ефективного подолання цих викликів необхідним є впровадження стратегій оптимізації витрат, підвищення якості послуг і зміцнення репутації закладів розміщення.

В умовах глобалізованого та динамічного ринкового середовища інновації відіграють визначальну роль у функціонуванні всіх суб'єктів господарювання. Вони є ключовим чинником прийняття рішень щодо впровадження інноваційного менеджменту в діяльність підприємств готельного бізнесу.

Останніми роками представлена тематика стала предметом активних наукових розробок. Проте багатовимірний характер науки зумовлює різноманітність підходів до визначення поняття «інновація». Це, у свою чергу, створює потребу в уточненні та систематизації цього терміну незалежно від просторово-часового контексту. Враховуючи це, актуальним є питання обґрунтування дефініції «інновація», яка є одним із фундаментальних напрямів економічного розвитку.

Різні наукові підходи, представлені в таблиці 1, дають змогу сформуванню комплексне уявлення про сутність інновацій та їхній вплив на розвиток підприємств, зокрема в готельному секторі. Вагомий внесок у наукову розробку цієї проблематики зробили дослідники, які проаналізували інновації з економічної, управлінської та технічної точок зору, що дозволяє краще зрозуміти їхню роль у сучасному бізнес-середовищі.

Таблиця 1. Поняття «інновації» зарубіжними дослідниками з економічної точки зору

Автор	Характеристика терміну «інновації»
Друкер П.Ф. [1]	Інновація – це специфічний інструмент підприємців.
Ніксон Ф. [2]	Інновація – це сукупність технічних, виробничих та комерційних заходів, які зумовлюють появу на ринку нових та покращених промислових процесів та обладнання.
Портер М. [3]	Інновація – це можливість здобуття конкурентних переваг.
Ротвел Р., Гардінер П. [4]	Інновація – це будь-яка зміна внутрішньої структури господарської системи шляхом її переходу від існуючого до нового стану.

Автор	Характеристика терміну «інновації»
Санто Б. [5]	Інновація являє собою суспільно-техніко-економічний процес, що передбачає практичне застосування ідей та винаходів, спрямоване на створення продукції, технологій або рішень з покращеними характеристиками. Якщо інновація має економічну спрямованість, її впровадження на ринку може сприяти отриманню додаткового прибутку.
Фрімен К. [6]	Інновація – це процес, що охоплює технічну, дизайнерську, виробничу та управлінську діяльність, спрямовану на створення нових продуктів, а також перше комерційне застосування новітніх технологічних процесів або обладнання.
Шумпетер Й. [7]	Інновація – це процес комерційного впровадження нових продуктів або сучасних виробничих технологій.
Хольштейн-Нек М., Копир Ф., Харман І. А. [8]	Інновація – це будь-яка нова цінність.
Кантер Р.М. [9]	Інновація – це реалізація нової ідеї, спрямованої на розв’язання конкретної проблеми.
Залтман Д. [10]	Інновація – будь-яка ідея, спосіб дій чи матеріальний продукт, що вважається новинкою з точки зору компонентів, котрі відіграють чималу роль у тій системі, де це нововведення впроваджується
Лемерль П. [11]	Інновація – це новий продукт або послуга, спосіб їх виробництва, нововведення в організаційній, фінансовій, науково-дослідній та інших сферах, будь-яке вдосконалення, яке забезпечує економію витрат або додатковий елемент для такої економіки.

Аналізуючи точки зору різних зарубіжних вчених, слід відзначити, що більшість із них сходяться на думці, що «інновації» сприяють зміцненню конкурентоспроможності підприємств завдяки появі конкурентних переваг.

Це пояснюється високим взаємозв’язком між ринковою активністю та впровадженням нових продуктів. Інновації в продуктах і технологіях сприяють завоюванню та утриманню частки ринку, що призводить до збільшення прибутковості у відповідних секторах економіки.

Унікальність впровадження інновацій у сфері гостинності, в першу чергу, пов’язана з людським фактором. Інноваціям сприяють саме люди, які є не лише новаторами. Підтвердження цьому є те, що якби єдиним засобом

інноваційного успіху було впровадження нових матеріалів і технічних нововведень, то це було б можливо з більшою часткою ймовірності.

Вітчизняні науковці Михайлова Л.І., Гуторов О.І., Турчіна С.Г., Шарко І.О. [12] вважають, що інновація по своїй суті це нововведення у виробництво або застосування у тій чи іншій сфері суспільної діяльності результатів науково-технічного прогресу, інтелектуальної праці, технологічних розробок з метою їх вдосконалення та підвищення результатів.

Окремі дослідники, такі як Т. Амабайл [13], відмічали значні впливи робочого середовища на потенціал для інновацій, наприклад, креативність на роботі, свобода дій, підтримка роботи групи (відкритість до нових ідей, конструктивна критика, довіра), достатні ресурси (люди, гроші, засоби, інформація).

Так науковці Капліна Т.В., Столярчук В.М., Малюк Л.П., Капліна А.С. [14] пов'язують інновацію з характерними її властивостями: новизною, здатністю до реалізації на практиці, наявністю певного результату від її утілення в практику.

Копитко М.І. [15], зосереджуючись на понятті «інновації», запропонували різноманітні підходи для обговорення, які залежать від сфери застосування, мети та цілей.

Вчені Садченко, О., Лагодієнко, В., Новікова, І., Феценко, О., Ружинська, Н., Богданов, О. [16] розкривають термін «інновація», як результат інноваційної діяльності.

На наш погляд, під інновацією слід розуміти впровадження нових ідей, методів, технологій або продуктів, які дозволяють значно покращити або змінити існуючі процеси, продукти чи послуги. Інновація може включати в себе як радикальні зміни, так і поступові поліпшення.

Висновок. Функціонування підприємств готельної галузі в середовищі, яке постійно змінюється, вимагає застосування інноваційних підходів і до визначення термінів «інновації», що дозволить у майбутньому провести їх класифікацію в залежності від нових факторів змін.

Список використаних джерел:

1. Drucker P. F. Innovation and Entrepreneurship: Practice and Principles. New York : Harper & Row, 1985. 277 p.
2. Дудар Т. Г., Мельниченко В. В. Інноваційний менеджмент: навч. посібник. Київ : Центр учб. літ., 2009. 255 с.
3. Гайдук Л. А. Інновації як фактор забезпечення конкурентоспроможності підприємств України. Наукові праці НДФІ. 2014. № 1. С. 22–28.
4. Rotvell R., Gardiner P. Invention, innovation, re-innovation and the role of the user. Techonovation. 1985. № 3. P. 168.
5. Santo B. Innovacio a gazdasagi fejlesztes eszkoze (Innovation as a Means of Economic Development), Hungarian, by Muszaki konyvkiado, Budapest 1985. 296 p.

6. Freeman C. The Economics of Industrial innovation. – 2nd edn. – London : Frances Pinter, 1982.
7. Шумпетер Й. А. Теорія економічного розвитку : Дослідження прибутків, капіталу, кредиту, відсотка та економічного циклу / Й. А. Шумпетер; пер. з англ. В. Старка. Київ : Вид. дім «Києво-Могилян. акад.», 2011. 242 с.
8. Микитюк П. П., Інноваційна діяльність: Навч. пос. [для студ. вищ. навч. закл.] / П. П. Микитюк, Б. Г. Сенів – К.: Центр учбової літератури, 2009. – 392 с.
9. Kanter R.M. The Change Masters: Corporate Entrepreneurs at Work. – London: Allen and Unwin. – 1983. – p. 20.
10. Zaltman G., Duncan R. and Holbeek J. Innovations and Organizations.– London: John Wiley and Sons. – 1973. – p. 12, 40-67, 164.
11. Rogers E., Lemerl P. Diffusion of Innovations. – N.Y.:Free Press, 1983. – p. 343.
12. Інноваційний менеджмент : навч. посібник / Л.І. Михайлова, О.І. Гуторов, С.Г. Турчіна, І.О. Шарко. – Вид. 2-ге, доп. – Київ: Центр учбової літератури, 2015. – 234 с.
13. Amabile T. Motivating Creativity in Organizations: On Doing What You Love and Loving What You Do. *California Management Review*. 1997. Т. 40, № 1. С. 39–58.
14. Інноваційні технології в готельному господарстві: основи теорії : навчальний посібник / Т. В. Капліна, В. М. Столярчук, Л. П. Малюк, А. С. Капліна. – Полтава : ПУЕТ, 2018. – 357 с.
15. Копитко М. І. Управління інноваціями: навчальний посібник для самостійного вивчення дисципліни у схемах і таблицях. Львів: ЛьвДУВС, 2019. 292 с.
16. Marketing tools in stimulating innovative activity of enterprises / O. Sadchenko et al. *International Journal of Management (IJM)*. 2020. Vol. 11, No. 6. P. 241–251.

Наукове видання

**ТУРИЗМ І ГОСТИННІСТЬ:
СТАН, ПРОБЛЕМИ, ПЕРСПЕКТИВИ**

Матеріали ІХ Міжнародної науково-практичної конференції
(20 березня 2025 р., м. Черкаси)

Відповідальні за випуск: В. А. Красномовець, С.Р. Пасєка

Загальне редагування та макетування В. А. Красномовець

Підп. до друку 02.12.2021 Формат 60 × 84 / 16. Папір офсет.
Умовн. друк. арк. 11,38. Вид. № 1807.
Тираж 300 прим.

Видавець: Чабаненко Ю.А.

Свідоцтво про внесення до Державного реєстру видавців
серія ДК № 1898 від 11.08.2004

Україна, м. Черкаси, вул. О. Дашковича, 39 Тел.: (0472) 56-46-66
Друк ФОП Чабаненко Ю.А. Україна, м. Черкаси, вул. О. Дашковича, 39 Тел.:
(0472) 56-46-66 E-mail: office@2upost.com

