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., Пасєка С. Р.

**Т 88 Туризм і гостинність: стан, проблеми, перспективи** : матер. ІХ 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 підприємствахчерез 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 туристичногопідприємства 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 технологіі 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 |
| **Cнігир С. С.**Джанкет–тури: особливості організації та персперктиви 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 індустріїгостинності | 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 бізнесі | 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., Бевзенко 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 конкурентосроможності готельно- рестораного бізнесу | 143 |
| **Куйовда Р. В.**Шляхи просування готелів із застосуванням digital- технологій на українському ринку | 145 |
| **Левченко 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 |
| **Нестерова 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**

|  |  |
| --- | --- |
| **Гиндрюк 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 |

## Куйовда Р. В.,

*здобувач вищої освіти,* Науковий керівник: **к.т.н.,доцент Рогова Н.В.** *Полтавський університет економіки і торгівлі*

# ШЛЯХИ ПРОСУВАННЯ ГОТЕЛІВ ІЗ ЗАСТОСУВАННЯМ DIGITAL- ТЕХНОЛОГІЙ НА УКРАЇНСЬКОМУ РИНКУ

Останніми роками цифрове просування послуг стало важливим елементом маркетингових стратегій. Оскільки інтернет є звичним джерелом інформації, покупцям зручно використовувати цифрові канали для вибору та придбання товарів і послуг. Дослідження показують, що онлайн-реклама - це зручно і швидко. За даними аналітиків рекламного ринку, компанії різних галузей переорієнтуються на цифрові канали та скорочують використання традиційних рекламних носіїв. Ринок цифрової реклами демонструє позитивні тенденції, а соціальні медіа дозволяють ефективно залучати більше користувачів за менші гроші. Різноманіття каналів комунікації в інтернеті дає

змогу швидко отримувати зворотний зв’язок, коригувати рекламну політику і, за необхідності, покращувати контент. Це підтверджує, що цифрове просування є важливим елементом маркетингової стратегії готельного бізнесу [1, с. 280].

Багато готельних підприємств активно впроваджують digital-технології. Сучасні гості, як потенційні, так і ті, що вже існують, активно використовують інтернет і мобільні пристрої для швидкого та зручного пошуку потрібної інформації. Розвиток туризму значною мірою сприяв розширенню комунікацій між готелями та їхніми гостями.

Сучасний гість прагне мінімізувати час, витрачений на пошук тимчасового

житла та вирішення формальностей, бажаючи більше подорожувати, відкрив ати нові місця та пізнавати інші культури.

Діджитал-маркетинг у готельному бізнесі дозволяє: [2, с. 94]

* сформувати комплексний підхід до просування готелів, послуг і продуктів у цифровому середовищі, зокрема серед гостей, які перебувають поза мережею, використовують мобільні телефони та інші цифрові засоби зв’язку;
* інтегрувати різні технології (наприклад, соціальні мережі, просування за допомогою NFT, вебсайти) у процеси продажів і обслуговування гостей готелю. Забезпечувати постійний і якісний двосторонній зв’язок між готелем і кінцевим користувачем, забезпечуючи зворотний зв’язок і оперативну взаємодію;
* поєднувати технологічні та людські ресурси, підтримуючи правильний баланс і орієнтуючись на потреби цільової аудиторії та специфіку послуг, що надаються. Уміння залишатися актуальним на ринку, оцінювати й аналізувати ефективність рекламних акцій, швидко реагувати на зміни попиту й адаптувати пропозиції до потреб гостей.

Шляхи просування готелів із застосуванням digital-технологій можуть включати кілька стратегій: (рис. 1)

допомогою NFT

Інтерактивні платформи та просування за

E-mail маркетинг та персоналізація

Соціальні мережі та реклама

SEO-оптимізація та контент-маркетинг

Оптимізація вебсайту

Рисунок 1 - Напрямки просування готелів із застосуванням digital- технологій

Використовуючи ефективні digital-інструменти, керівники готелів в Україні можуть значно покращити маркетингову ефективність,

забезпечуючи лояльність поточних гостей і залучаючи нових. Саме тому готелі повинні впроваджувати сучасні маркетингові тренди та активно адаптувати свою діяльність до змін, щоб залишатися конкурентоспроможними на українському ринку.

*Список використаних джерел:*

1. Домашенко С. В., Романова С. В. Практика використання digital- технологій при просуванні ресторанних послуг. Тиждень науки-

2023. Факультет міжнародного туризму та економіки. Тези доповідей науково-технічної конференції, Запоріжжя, 24-28 квітня 2023 р. [Електронний ресурс] / Редкол. : Вадим ШАЛОМЄЄВ (відпов. ред.) Електрон. дані. Запоріжжя : НУ «Запорізька політехніка» 2023. С. 279-281.

1. Кожухівська Р .Б., Непочатенко В. О. Digital-технології як основа розвитку туристичної діяльності в Україні. Економіка та держава. 2020. № 7. С. 93–98.

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 Е-mail: offiсe@2upost.com

