



Міністерство освіти і науки України  
Національний університет біоресурсів  
і природокористування України  
Харківський національний економічний університет імені  
Семена Кузнеця  
Національний університет харчових технологій  
Таврійський державний агротехнологічний університет  
імені Дмитра Моторного  
Полтавський фаховий коледж підприємництва  
і ресторанного бізнесу  
Київський фаховий коледж туризму та готельного  
господарства

## ТЕЗИ ДОПОВІДЕЙ

Всеукраїнська  
науково-практична студентська  
конференція

# ЄВРОІНТЕГРАЦІЙНІ ПРОЦЕСИ В ГОТЕЛЬНО- РЕСТОРАННОМУ ТА ТУРИСТИЧНОМУ БІЗНЕСІ УКРАЇНИ

12 березня 2025 року



Київ - 2025

**Міністерство освіти і науки України**  
**Національний університет біоресурсів і природокористування України**  
**Харківський національний економічний університет імені Семена Кузнеця**  
**Національний університет харчових технологій**  
**Таврійський державний агротехнологічний університет імені Дмитра Моторного**  
**Полтавський фаховий коледж підприємництва і ресторанного бізнесу**  
**Київський фаховий коледж туризму та готельного господарства**

# **ЄВРОІНТЕГРАЦІЙНІ ПРОЦЕСИ В ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОМУ ТА ТУРИСТИЧНОМУ БІЗНЕСІ УКРАЇНИ**

## **ТЕЗИ ДОПОВІДЕЙ**

**ВСЕУКРАЇНСЬКОЇ НАУКОВО-ПРАКТИЧНОЇ  
СТУДЕНТСЬКОЇ КОНФЕРЕНЦІЇ**

**12 березня 2025 року, Київ**

**КИЇВ 2025**

УДК 338.48:339.923:061.1ЄС(477)

*Рекомендовано до друку рішенням Вченої ради ННІ неперервної освіти і туризму Національного університету біоресурсів і природокористування України (протокол №9 від 20 березня 2025 р.)*

**Євроінтеграційні процеси в готельно-ресторанному та туристичному бізнесі України:** збірник тез доповідей Всеукраїнської науково-практичної студентської конференції (12 березня 2025 р.). Київ: НУБіП України. 2025. 350 с.

#### **Редакційна колегія:**

**Мельниченко С. В.** – доктор економічних наук, професор, завідувач кафедри готельно-ресторанної справи та туризму НУБіП України

**Сердюк М. Є.** – доктор технічних наук, професор кафедри готельно-ресторанної справи та туризму НУБіП України

**Олюніна С. Л.** – викладач кафедри готельно-ресторанної справи та туризму НУБіП України

У збірнику тез доповідей Всеукраїнської науково-практичної студентської конференції висвітлюються результати наукових досліджень студентської молоді з питань, присвячених євроінтеграційним процесам у сфері готельно-ресторанного та туристичного бізнесу України. У матеріалах розглядаються виклики та перспективи адаптації галузі туризму в умовах євроінтеграції, інноваційні технології в закладах HoReCa, туристичне країнознавство, організація дозвілля молоді.

Конференція проводиться з метою посилення профорієнтаційної роботи із залучення активної шкільної молоді до навчання в НУБіП України, посилення наукової складової підготовки здобувачів ступеня вищої освіти «Бакалавр» і «Магістр», оприлюднення результатів їх дослідницької роботи, підвищення ефективності, якості наукових досліджень, обміну досвідом і представлення результатів науково-дослідної діяльності, обговорення дискусійних питань та визначення пріоритетів подальшого розвитку науки.

Видання розраховане для здобувачів вищої освіти, дослідників, викладачів, суб'єктів підприємницької діяльності.

Матеріали друкуються в авторській редакції. За виклад, зміст і достовірність матеріалів відповідають автори. Позиція редакції не завжди може збігатися з точкою зору автора.

© Колектив авторів, 2025

© НУБіП України, 2025

## ЗМІСТ

<b>СЕКЦІЯ 1. ТУРИЗМ В УМОВАХ ЄВРОІНТЕГРАЦІЇ</b> .....	14
<b>АРЗАНОВ Дмитро.</b> ФОРМУВАННЯ ТА ПРОСУВАННЯ ТУРИСТИЧНИХ МАРШРУТІВ ДЛЯ ІНОЗЕМНИХ ТУРИСТИЧНИХ ГРУП .....	14
<b>БЄЛОВА Анастасія.</b> ОСОБЛИВОСТІ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ В ІНДУСТРІЇ ТУРИЗМУ .....	17
<b>БОЧКОВСЬКА Дар'я, ТИЩЕНКО Світлана.</b> РОЛЬ ТУРОПЕРАТОРІВ ТА ТУРАГЕНТІВ НА РИНКУ ТУРИСТИЧНИХ ПОСЛУГ .....	19
<b>ВАКАРАШ Олена.</b> РОЛЬ МОРСЬКИХ ПОРТІВ У РОЗВИТКУ КРУЇЗНОЇ ІНДУСТРІЇ .....	21
<b>ВЕРНИГОРА Катерина.</b> ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНОГО ПОТЕНЦІАЛУ СІЛЬСЬКОГО ЗЕЛЕНОГО ТУРИЗМУ .....	23
<b>ВОЗНЮК Ольга.</b> КОНЦЕПТУАЛЬНЕ ОБГРУНТУВАННЯ СІЛЬСЬКОЇ ЗЕЛЕНОЇ ОСЕЛІ.....	25
<b>ВОЙНА Іван.</b> НАЙКРАЩІ КОРОТКІ ПОДОРОЖІ: ТУРИЗМ ВИХІДНОГО ДНЯ .....	27
<b>ВОЛИНКІНА Юлія.</b> ГАСТРОНОМІЧНИЙ ТУРИЗМ ЯК ІНСТРУМЕНТ ЗБЕРЕЖЕННЯ ТА ПОПУЛЯРИЗАЦІЇ КУЛЬТУРНОЇ СПАДЩИНИ.....	29
<b>ГОЛОВНЮК Назар, ТИЩЕНКО Світлана.</b> ЗНАЧЕННЯ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ЗАЛІЗНИЧИХ ПЕРЕВЕЗЕНЬ У СФЕРІ ТУРИЗМУ .....	31
<b>ГОРНОСТАЙ Микита.</b> МАРКЕТИНГОВІ СТРАТЕГІЇ ЗАЛУЧЕННЯ ЄВРОПЕЙСЬКИХ ТУРИСТІВ В УКРАЇНУ .....	33
<b>ГРИГОРЧИК Олександра.</b> СМАРТ-ТУРИЗМ ЯК СУЧАСНИЙ ТРЕНД У РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНОЇ ІНДУСТРІЇ УКРАЇНИ.....	35
<b>ГРИШКО Валерія.</b> БРЕНД ЛОКАЛЬНИХ ДЕСТИНАЦІЙ УКРАЇНИ: УНІКАЛЬНІСТЬ, ІДЕНТИЧНІСТЬ ТА СТРАТЕГІЯ ПРОСУВАННЯ .....	37
<b>ГРИШКО Владислава.</b> СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ ТА ПРОБЛЕМИ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ У ТУРИСТИЧНОМУ БІЗНЕСІ .....	39
<b>ДЯЧЕНКО Мирослава.</b> САМОМЕНЕДЖМЕНТ ЯК ІНСТРУМЕНТ ЄВРОІНТЕГРАЦІЙНИХ ПРОЦЕСІВ В УПРАВЛІННІ ТУРИСТИЧНИМИ ПІДПРИЄМСТВАМИ.....	41
<b>ЄМЕЦЬ Андрій.</b> БЕЗПЕКА НА КРУЇЗНИХ ЛАЙНЕРАХ: СУЧАСНІ СТАНДАРТИ ТА ВИКЛИКИ .....	43

<b>СРМОЛАСВА Катерина.</b> ПРОМОЦІЯ КУЛЬТУРНО-ПІЗНАВАЛЬНОГО ТУРИЗМУ В ІТАЛІЇ.....	45
<b>ЗЮКОВА Аня.</b> МОЖЛИВОСТІ ВИКОРИСТАННЯ ПРИРОДНО-ЗАПОВІДНИХ ОБ'ЄКТІВ У РЕКРЕАЦІЙНІЙ ДІЯЛЬНОСТІ.....	47
<b>КИРИЧЕНКО Катерина.</b> ТЕРАПЕВТИЧНІ ПРАКТИКИ ЯК ЧИННИК РОЗВИТКУ СІЛЬСЬКОГО ЗЕЛЕНОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ .....	50
<b>КИРПИЧ Ольвія.</b> СОЦІАЛЬНО-ПСИХОЛОГІЧНІ МЕТОДИ МЕНЕДЖМЕНТУ В ТУРИСТИЧНОМУ ПІДПРИЄМСТВІ .....	53
<b>ЛЕСЕНКО Вікторія.</b> РОЗВИТОК ПОТЕНЦІАЛУ СІЛЬСЬКОГО ЗЕЛЕНОГО ТУРИЗМУ З ФОКУСОМ НА ГЛОБАЛЬНІ, НАЦІОНАЛЬНІ І РЕГІОНАЛЬНІ ТРЕНДИ .....	56
<b>ЛИСЕНКО Володимир.</b> SMART-ТУРИЗМ У ЦИФРОВОМУ СУСПІЛЬСТВІ .....	58
<b>ЛУСЬ Анастасія.</b> РОЗРОБКА І ОБҐРУНТУВАННЯ ЗАХОДІВ З ОПТИМІЗАЦІЇ ДОГОВІРНИХ ВІДНОСИН ТУРИСТИЧНИХ АГЕНЦІЙ ІЗ ПОСТАЧАЛЬНИКАМИ.....	60
<b>МАХОВКА Борис.</b> ВИКОРИСТАННЯ ДОСВІДУ ЄВРОПЕЙСЬКИХ КРАЇН У РОЗВИТКУ СІЛЬСЬКОГО ЗЕЛЕНОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ.....	62
<b>МАТЮЩЕНКО Олена.</b> КРУЇЗИ ЯК ЕЛЕМЕНТ РОЗКОШІ: ОСОБЛИВОСТІ ПРЕМІАЛЬНОГО СЕГМЕНТУ .....	64
<b>МЕДВІДЬ Анна.</b> РОЗВИТОК КРЕАТИВНОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ У КОНТЕКСТІ ЄВРОПЕЙСЬКОЇ КУЛЬТУРНОЇ ПОЛІТИКИ.....	66
<b>МОГИЛЬ Дарина, ТИЩЕНКО Світлана.</b> СУТНІСТЬ ТА СТРУКТУРИ РЕКРЕАЦІЙНО-ТУРИСТИЧНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ТЕРИТОРІЇ.....	69
<b>МУЗИЧКО Анастасія.</b> ТУРИ ВИХІДНОГО ДНЯ ЯК ДРАЙВЕР РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ .....	72
<b>НІГРУЦА Лада.</b> СИСТЕМА ОРГАНІЗАЦІЇ ПРАЦІ НА ПІДПРИЄМСТВАХ ГОТЕЛЬНОГО ГОСПОДАРСТВА .....	74
<b>ОЛЕСІНЬ Іванна.</b> ПРИРОДНО-ТУРИСТИЧНО-РЕКРЕАЦІЙНИЙ ПОТЕНЦІАЛ ЗАКАРПАТТЯ: СУЧАСНИЙ СТАН ТА СТРАТЕГІЧНІ НАПРЯМИ РОЗВИТКУ .....	77
<b>ОСТАПЧЕНКО Анастасія.</b> СІЛЬСЬКИЙ ЗЕЛЕНИЙ ТУРИЗМ ЯК СКЛАДОВА СТАЛОГО РОЗВИТКУ КИЇВСЬКОЇ ОБЛАСТІ.....	79
<b>ПАРХОМЧУК Андрій, ТИЩЕНКО Світлана.</b> РОЛЬ ТА ЗНАЧЕННЯ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ В ТУРИСТИЧНІЙ ІНДУСТРІЇ .....	81
<b>ПОПКОВА Ксенія.</b> РИЗИКИ ДЛЯ ТУРИСТИЧНОГО БІЗНЕСУ В УМОВАХ ЕКОНОМІЧНОЇ НЕСТАБІЛЬНОСТІ.....	83
<b>ПРИВЕДЬОН Валерія, ВАЛІНКЕВИЧ Наталія.</b> ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ВИВЧЕННЯ ТУРИЗМУ В КОНТЕКСТІ ТЕРМІНО-ПОНЯТІЙНОГО АПАРАТУ .....	85

<b>ПУСАН Євгеній.</b> КАСКАДНІ ТУРИ ЯК ІННОВАЦІЙНИЙ ФОРМАТ ПОДОРОЖЕЙ....	88
<b>САЛІВОНИК Мирослава.</b> ВИКЛИКИ ТА МОЖЛИВОСТІ ДЛЯ УКРАЇНСЬКОГО ТУРИЗМУ В УМОВАХ ЄВРОІНТЕГРАЦІЇ .....	90
<b>СЕЛЮЧЕНКО Олександр</b> ЄВРОІНТЕГРАЦІЙНІ ПРОЦЕСИ РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ: ТЕНДЕНЦІЇ ТА ПЕРСПЕКТИВИ.....	92
<b>СЕМЕНЮК Альона.</b> ІМПЛЕМЕНТАЦІЯ ЄВРОПЕЙСЬКИХ СТАНДАРТІВ У СФЕРІ ТУРИЗМУ: МОЖЛИВОСТІ ДЛЯ УКРАЇНИ .....	94
<b>СЕРЕДА Діана.</b> СТРАТЕГІЇ ПРОСУВАННЯ МЕГА-ІВЕНТІВ ВЕЛИКИХ МІСТ УКРАЇНИ НА МІЖНАРОДНИЙ РИНОК .....	96
<b>СІЛВАНЕНКО Валерія.</b> СУТНІСТЬ АДАПТИВНОГО ТУРИЗМУ ТА СПЕЦИФІКА ЙОГО ОРГАНІЗАЦІЇ .....	98
<b>СЛУЦЕНКО Анастасія, ПОГУДА Наталія.</b> ЦИФРОВІ ТЕХНОЛОГІЇ У ВИННОМУ ТУРИЗМІ УКРАЇНИ .....	100
<b>СМИРНОВ Володимир.</b> ЕКОТУРИЗМ У ДІЇ: ГОСТЬОВИЙ БУДИНОК, ЩО ІНТЕГРУЄ КОМФОРТ І СТАЛЕ МАЙБУТНЄ .....	102
<b>ТРОХИМИШИН Сергій.</b> ВПЛИВ ВІЙНИ НА ВНУТРІШНІЙ ТУРИЗМ У ГРОМАДАХ.....	104
<b>ТУК Анастасія.</b> РОЗРОБЛЕННЯ ЕКОЛОГІЧНИХ МАРШРУТІВ У ДЕСТИНАЦІЯХ ВОЛИНИ .....	106
<b>УКРАЇНЕЦЬ Анастасія.</b> ПОСТПАНДЕМІЧНЕ ВІДНОВЛЕННЯ ГОТЕЛЬНО- РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ: ЄВРОПЕЙСЬКИЙ ДОСВІД ТА ПЕРСПЕКТИВИ ДЛЯ УКРАЇНИ .....	108
<b>ХОРУЖЕНКО Лада.</b> ГАСТРОНОМІЧНИЙ ТУРИЗМ У ПОЛТАВІ.....	110
<b>ХРАПКО Владислав, ВАЛІНКЕВИЧ Наталія.</b> ПИТАННЯ ВИКОРИСТАННЯ ОБ'ЄКТІВ ІСТОРИКО-КУЛЬТУРНОЇ СПАДЩИНИ З МЕТОЮ ТУРИЗМУ .....	112
<b>ШВЕЦЬ Артем, ТИЩЕНКО Світлана.</b> ТУРИСТИЧНІ РЕСУРСИ ЯК ОСНОВА ГОСТИННОСТІ.....	115
<b>ШЕВЧУК Варвара.</b> СУЧАСНІ ТРЕНДИ В СІЛЬСЬКОМУ ТУРИЗМІ НА ПРИКЛАДІ КІРОВОГРАДСЬКОЇ ОБЛАСТІ .....	118
<b>ШЕЛЕСТЮК Ангеліна.</b> ЦИФРОВИЙ БРЕНДИНГ НАЦІОНАЛЬНИХ ТУРИСТИЧНИХ ДЕСТИНАЦІЙ УКРАЇНИ .....	120
<b>ШИТИЙ Гліб.</b> ТЕОРІЇ СПРАВЕДЛИВОСТІ У МЕНЕДЖМЕНТІ ПІДПРИЄМСТВА ....	122
<b>ШОСТАК Вікторія.</b> NFT-ПРОЄКТИ ЯК ІНСТРУМЕНТ ПРОМОЦІЇ УКРАЇНИ НА СВІТОВОМУ ТУРИСТИЧНОМУ РИНКУ .....	124

## **СЕКЦІЯ 2. ІННОВАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ В ЗАКЛАДАХ NORESA.....126**

<b>АЛЕКСАНДРОВА Ярослава.</b> ОРГАНІЗАЦІЯ SPA- I WELLNESS-ПОСЛУГ У ПІДПРИЄМСТВІ ГОТЕЛЬНОГО ГОСПОДАРСТВА.....	126
<b>АРТИХОВИЧ Микола.</b> АДАПТАЦІЯ УКРАЇНСЬКИХ ГОТЕЛІВ ДО ЄВРОПЕЙСЬКИХ СТАНДАРТІВ ГОСТИННОСТІ.....	128
<b>БОГАЧОВА Лада.</b> ЗАСОБИ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО ПІДПРИЄМСТВА ..	129
<b>БОРДЮГ Богдана.</b> КЕЙТЕРИНГ ЯК ФОРМА СЕРВІСНОГО ОБСЛУГОВУВАННЯ В ЗАКЛАДАХ РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА ПРИ ГОТЕЛІ.....	132
<b>БУСИГІНА Софія.</b> ТЕХНОЛОГІЇ ДОВІРИ: РОЛЬ БЛОКЧЕЙНУ У СФЕРІ NORESA ..	134
<b>ВИНОГРАДОВ Давид.</b> ОСНАЩЕННЯ УСТАТКУВАННЯМ НОМЕРІВ ГОТЕЛІВ .....	136
<b>ВОВК Анастасія.</b> КОНЦЕПТУАЛЬНЕ ОБҐРУНТУВАННЯ ТУРИСТИЧНОГО КОМПЛЕКСУ .....	140
<b>ВОЛИНКІНА Юлія.</b> УПРАВЛІННЯ СУЧАСНИМ ПІДПРИЄСТВОМ ГОТЕЛЬНОГО ГОСПОДАРСТВА ГАСТРОНОМІЧНИЙ .....	142
<b>ВОРОЩУК Максим.</b> ОПТИМІЗАЦІЯ ОРГАНІЗАЦІЇ НАДАННЯ ОСНОВНИХ ПОСЛУГ У ГОТЕЛІ «УКРАЇНА».....	144
<b>ГЕЦЬ Анастасія.</b> ВИКОРИСТАННЯ ІННОВАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ У РОБОТІ СЛУЖБИ ПРИЙОМУ ТА РОЗМІЩЕННЯ У ПІДПРИЄМСТВІ ГОТЕЛЬНОГО ГОСПОДАРСТВА .....	1466
<b>ГРИБОВА Юлія.</b> АНАЛІЗ СУЧАСНИХ ТЕНДЕНЦІЙ У СФЕРІ ОЗДОРОВЧО-ТУРИСТИЧНИХ КОМПЛЕКСІВ .....	148
<b>ГРИНЬ Анастасія.</b> КОМУНІКАЦІЙНІ СТРАТЕГІЇ В ІНДУСТРІЇ ГОСТИННОСТІ .....	150
<b>ДАВИДОВА Анастасія.</b> РИЗИКИ ВІДКРИТТЯ ВЛАСНОЇ СПРАВИ У СФЕРІ NORESA В УМОВАХ ВОЄННОГО ТА ПОСТ ВОЄННОГО СТАНУ.....	152
<b>ДИННІК Анастасія.</b> ІННОВАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ В ЗАКЛАДАХ NORESA: АВТОМАТИЗАЦІЯ СЕРВІСУ В РОЗВАЖАЛЬНИХ КОМПЛЕКСАХ .....	154
<b>ДРАГУН Ірина.</b> ВПЛИВ ЯКОСТІ ОБСЛУГОВУВАННЯ НА ЛОЯЛЬНІСТЬ КЛІЄНТІВ У РЕСТОРАННОМУ БІЗНЕСІ .....	156
<b>ДРАПЕЙ Дар`я.</b> ВПРОВАДЖЕННЯ SPA- I WELLNESS-ПОСЛУГ В ГОТЕЛЬНОМУ БІЗНЕСІ .....	158
<b>ДОНЕЦЬ Вікторія.</b> ВПЛИВ КОРПОРАТИВНОЇ КУЛЬТУРИ НА МОТИВАЦІЮ ПЕРСОНАЛУ ГОТЕЛЮ .....	160

<b>ДУДНІКОВ Ростислав.</b> ВПЛИВ CRM-СИСТЕМ НА УПРАВЛІННЯ ВЗАЄМОДІЄЮ З КЛІЄНТАМИ В РЕСТОРАННОМУ БІЗНЕСІ .....	162
<b>ЗАГРАНИЧНИЙ Олександр.</b> СУЧАСНІ УПРАВЛІНСЬКІ ТЕХНОЛОГІЇ ТА ЇХ ЗАСТОСУВАННЯ В ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОМУ БІЗНЕСІ.....	164
<b>ЗАРОВНА Карина.</b> СУТНІСТЬ ТА РОЛЬ ПРОФЕСІЙНОЇ ЕТИКИ І КУЛЬТУРИ СПІЛКУВАННЯ У ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ ГОТЕЛЬНОГО ГОСПОДАРСТВА .	165
<b>ЗАРУЧІНСЬКИЙ Дмитро.</b> ІННОВАЦІЙНІ ПІДХОДИ ДО СТВОРЕННЯ ХОСТЕЛІВ: КОНЦЕПЦІЯ, ФУНКЦІОНАЛЬНІСТЬ, КОМФОРТ .....	167
<b>ІЩУК Ілля.</b> СОЦІАЛЬНІ МЕДІА В РЕКЛАМІ ТА БРЕНДУВАННІ ПІДПРИЄМСТВА РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА «ФАМІЛІЯ».....	169
<b>КЛЕПАЧ Наталія.</b> СУЧАСНІ ПІДХОДИ ДО ОРГАНІЗАЦІЇ НОМЕРІВ У ПІДПРИЄМСТВІ ГОТЕЛЬНОГО ГОСПОДАРСТВА.....	171
<b>КОБИЛИНСЬКА Тетяна.</b> ВПРОВАДЖЕННЯ СУЧАСНИХ ІНФОРМАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ У ПІДПРИЄМСТВІ ГОТЕЛЬНОГО ГОСПОДАРСТВА НА ПРИКЛАДІ «MIRRORS DESIGN HOTEL» .....	174
<b>КОВАЛЬЧУК Владислав.</b> ФОРМУВАННЯ ДОВІРИ ТА ЛОЯЛЬНОСТІ КЛІЄНТІВ У РЕСТОРАННОМУ БІЗНЕСІ.....	176
<b>КОЗАЧЕНКО Марина.</b> ОРГАНІЗАЦІЯ РОБОТИ КАВ'ЯРНІ .....	178
<b>КОРОБЕЙНИКОВА Катерина.</b> ЕКОЛОГІЧНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ ТА ЇЇ ЗНАЧЕННЯ В ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОМУ БІЗНЕСІ .....	180
<b>КОСТЮК Дарина.</b> ПОЄДНАННЯ ТРАДИЦІЙ ТА ІННОВАЦІЙ ЯК ФОРМУЛА УСПІХУ РЕСТОРАНУ «GUY SAVOY».....	182
<b>КОСТЮК Максим.</b> КОНЦЕПТУАЛЬНЕ ОБГРУНТУВАННЯ БАЗИ ВІДПОЧИНКУ З КЛУБНОЮ ЗОНОЮ ДЛЯ ПРИЙМАННЯ ІНОЗЕМНИХ ТУРИСТІВ.....	184
<b>КОСТЮК Марія.</b> НОВІТНЄ УСТАТКУВАННЯ БАРБЕРШОПІВ .....	186
<b>КРАВЧЕНКО Вероніка.</b> КОНЦЕПТУАЛЬНЕ ОБГРУНТУВАННЯ АПАРТАМЕНТ-ГОТЕЛЮ .....	188
<b>КРАВЧЕНКО Тетяна.</b> ТИПИ, МЕТОДИ ТА ФОРМИ ОРГАНІЗАЦІЇ ВИРОБНИЦТВА РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА .....	190
<b>КУЛІШ Олександра.</b> ОСОБЛИВОСТІ ОРГАНІЗАЦІЇ ОБСЛУГОВУВАННЯ У РЕСТОРАНІ ДЛЯ ЛЮДЕЙ З ОСОБЛИВИМИ ПОТРЕБАМИ .....	192
<b>КУЛЯС Анастасія.</b> ІННОВАЦІЙНІ РІШЕННЯ ДЛЯ ГОТЕЛЬНОГО БІЗНЕСУ: ДІДЖИТАЛІЗАЦІЯ, ЇЇ ЕФЕКТИВНІСТЬ, ПЕРЕВАГИ ТА НЕДОЛІКИ .....	195
<b>КУХАР Іванна.</b> ІННОВАЦІЙНІ PR-ТЕХНОЛОГІЇ ФОРМУВАННЯ ПОЗИТИВНОГО ІМІДЖУ ТА ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ РЕСТОРАНУ .....	197

<b>ЛЕВИЦЬКИЙ Іван.</b> СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ .....	199
<b>ЛИСЕНОК Анна.</b> ПРОГРАМИ ЛОЯЛЬНОСТІ НОВОГО ПОКОЛІННЯ: БЛОКЧЕЙН, NFT, ГЕЙМІФІКАЦІЯ.....	201
<b>ЛИТВИНОВ Владислав.</b> СУЧАСНІ ПІДХОДИ ДО УПРАВЛІННЯ ЯКІСТЮ У СФЕРІ HORECA .....	203
<b>ЛУК'ЯНЕНКО Олександр.</b> АНАЛІЗ СУЧАСНИХ ТЕНДЕНЦІЙ У СФЕРІ КУРОРТНИХ ГОТЕЛІВ.....	205
<b>ЛУК'ЯНЕНКО Олексій.</b> КОНЦЕПТУАЛЬНЕ ОБҐРУНТУВАННЯ ДИТЯЧОГО ТАБОРУ НА 40 МІСЦЬ У ЛІСОВІЙ ЗОНІ .....	207
<b>МАЦЮЦЬКА Анастасія.</b> ІННОВАЦІЇ В ЗАКЛАДАХ HORECA .....	209
<b>МЕЛЕТ Валерія.</b> СУЧАСНІ ПІДХОДИ ДО ОРГАНІЗАЦІЇ РОБОТИ ГАРЯЧОГО ЦЕХУ В РЕСТОРАНІ.....	211
<b>МІРОШНИК Олена.</b> АНАЛІЗ СУЧАСНИХ ТЕНДЕНЦІЙ У СФЕРІ СІЛЬСЬКИХ ЗЕЛЕНИХ ОСЕЛЬ.....	213
<b>МИХАЛЮК Олег.</b> ЗАСТОСУВАННЯ ТЕХНОЛОГІЙ VR ТА AR У СФЕРІ ГОСТИННОСТІ .....	215
<b>МОВЧУН Володимир.</b> УДОСКОНАЛЕННЯ ЗАСТОСУВАННЯ МЕТОДІВ УПРАВЛІННЯ В ПІДПРИЄМСТВІ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА .....	217
<b>НАДОПТА Іван, ТИЩЕНКО Світлана.</b> ІННОВАЦІЙНІ ФОРМАТИ РОЗМІЩЕННЯ ТУРИСТІВ.....	219
<b>НАУМЕНКО Єви.</b> ВІДНОВЛЕННЯ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ УКРАЇНИ У ВІЙСЬКОВИЙ ЧАС: ЄВРОПЕЙСЬКИЙ ДОСВІД ТА АДАПТАЦІЙНІ СТРАТЕГІЇ.....	222
<b>НЕЧИПОРЕНКО Дар'я.</b> ІМІДЖ ТА РЕПУТАЦІЯ МЕРЕЖЕВОГО ГОТЕЛЮ «INTERCONTINENTAL KYIV» .....	223
<b>НИКІФОРЕНКО Людмила.</b> ФОРМУВАННЯ СИСТЕМИ ІНКЛЮЗИВНИХ ПОСЛУГ В ПІДПРИЄМСТВІ ГОТЕЛЬНОГО ГОСПОДАРСТВА.....	226
<b>ОБОДОВСЬКА Руслана.</b> АНАЛІЗ ДІЯЛЬНОСТІ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА В УМОВАХ ВІЙНИ .....	228
<b>ОСТАПЧЕНКО Олександр.</b> КОНЦЕПТУАЛЬНЕ ОБҐРУНТУВАННЯ ДИТЯЧОГО ОЗДОРОВЧОГО КОМПЛЕКСУ НА 20 НОМЕРІВ .....	231
<b>ПІДРЕЙКО Андрій.</b> АНАЛІЗ МЕХАНІЗМУ ДЕРЖАВНОГО РЕГУЛЮВАННЯ СФЕРИ ГОСТИННОСТІ В УКРАЇНІ.....	233

<b>ПОВОРОЗНЮК Софія.</b> SMM, SEO ТА КОНТЕНТ-МАРКЕТИНГ У ГОТЕЛЬНОМУ БІЗНЕСІ: ЯК З ЦИМ ПРАЦЮЄ HILTON KYIV .....	234
<b>ПОЛЮХОВИЧ Анастасія.</b> АВТОМАТИЗАЦІЯ ПРОЦЕСІВ ОБСЛУГОВУВАННЯ ГОСТЕЙ ЗА ДОПОМОГОЮ РОБОТОТЕХНІКИ .....	236
<b>ПОМІНЧУК Владислав.</b> ОРГАНІЗАЦІЯ ОБСЛУГОВУВАННЯ СПОЖИВАЧІВ У ГОТЕЛЯХ ТА ШЛЯХИ ЇЇ УДОСКОНАЛЕННЯ.....	238
<b>ПОНОМАРЕНКО Олександр.</b> ЕКОТРЕНД У ГОСТИННОСТІ: ЯК МОТЕЛЬ ПОЄДНУЄ КОМФОРТ І ПРИРОДУ .....	2400
<b>ПОТАПОВ Максим.</b> РОЛЬ АДМІНІСТРАТИВНО-РОЗПОРЯДЧИХ МЕТОДІВ УПРАВЛІННЯ У РЕСТОРАНІ «ПУЗАТА ХАТА» .....	242
<b>ПРИХОДЬКО Марія.</b> ОСНОВНІ ТЕНДЕНЦІЇ АВТОМАТИЗАЦІЇ РЕСТОРАНІВ .....	245
<b>ПРОКОПЕНКО Каріна.</b> АНАЛІЗ СУЧАСНИХ ТЕНДЕНЦІЙ У СФЕРІ ЛІКУВАЛЬНО-ОЗДОРОВЧИХ КОМПЛЕКСІВ .....	2477
<b>РИБАЛКА Дарина.</b> АНАЛІЗ СУЧАСНИХ ТЕНДЕНЦІЙ У СФЕРІ МОТЕЛІВ .....	249
<b>РУДИЧЕНКО Олег, ДРУЦЬКА Вікторія.</b> ГОТЕЛЬНИЙ ЦИФРОВИЙ ДВОРЕЦЬКИЙ – AI-СИСТЕМА ПЕРСОНАЛІЗОВАНОГО ОБСЛУГОВУВАННЯ ГОСТЕЙ.....	252
<b>САД Дмитро.</b> РОЛЬ КОРПОРАТИВНОЇ КУЛЬТУРИ В ПОБУДОВІ ЕФЕКТИВНОЇ КОМУНІКАЦІЙНОЇ СИСТЕМИ У ГОТЕЛІ «ХІЛТОН КИЇВ».....	254
<b>САМОЙЛЕНКО Юрій.</b> ГОТЕЛЬ-КАПСУЛА ЯК НОВИЙ ФОРМАТ ГОСТИННОСТІ: КОНЦЕПТУАЛЬНЕ ОБГРУНТУВАННЯ.....	256
<b>СВИНАР Ірина.</b> СУЧАСНІ ПІДХОДИ ДО ВИКОРИСТАННЯ ПРИРОДНИХ КОЛЬОРІВ У ЕКО-ДИЗАЙНІ РЕСТОРАННИХ ПІДПРИЄМСТВ .....	258
<b>СТЕПАНЮК Ірина.</b> ОСОБЛИВОСТІ ОРГАНІЗАЦІЇ НАДАННЯ ПОСЛУГ У КЕМПІНГАХ .....	260
<b>СУС Дана.</b> БАЗИ ВІДПОЧИНКУ: СУЧАСНІ ПІДХОДИ ДО ОРГАНІЗАЦІЇ БІЗНЕСУ.....	262
<b>ТВАРДОВСЬКА Єлизавета.</b> АНАЛІЗ СТАНУ ГОТЕЛЬНОГО РИНКУ УКРАЇНИ .....	264
<b>ТЕБЕНКО Ілля.</b> ІННОВАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ - ШЛЯХ ДО СТАБІЛЬНОСТІ ТА РОЗВИТКУ .....	265
<b>ТОНКОНОЖЕНКО Артем.</b> РОЛЬ HR-БРЕНДУ У ЗАЛУЧЕННІ ТАЛАНОВИТИХ ФАХІВЦІВ ДО ГОТЕЛЬНОЇ СФЕРИ: ДОСВІД «PREMIER PALACE HOTEL» .....	268
<b>ТРОНОВИЧ Олена.</b> ВИКОРИСТАННЯ ШТУЧНОГО ІНТЕЛЕКТУ У СФЕРІ NORESA: ДОСВІД КРАЇН ЄС.....	269
<b>УКРАЇНЕЦЬ Ірина.</b> КОНЦЕПТУАЛЬНЕ ОБГРУНТУВАННЯ СПОРТИВНО- ОЗДОРОВЧОГО КОМПЛЕКСУ В М.ЯРЕМЧЕ.....	271

<b>ХАРЧЕНКО Євгеній.</b> СУЧАСНІ ПІДХОДИ ДО МОТИВАЦІЇ ПЕРСОНАЛУ ПІДПРИЄМСТВА ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ .....	273
<b>ЧАГОВЕЦЬ Євгенія.</b> ОПТИМІЗАЦІЯ МАРКЕТИНГОВИХ КАМПАНІЙ ГОТЕЛІВ ЗА ДОПОМОГОЮ ШТУЧНОГО ІНТЕЛЕКТУ .....	274
<b>ЧЕРНЯВСЬКИЙ Єгор.</b> МЕХАНІЗМ ДЕРЖАВНОГО РЕГУЛЮВАННЯ СФЕРИ ГОСТИННОСТІ В УКРАЇНІ.....	278
<b>ЧОВГАЛ Владислава.</b> ТЕХНІКО-ЕКОНОМІЧНЕ ОБҐРУНТУВАННЯ ПРОСКТУ .....	280
<b>ЧОРНОУСЬКО Вікторія.</b> БЕЗГЛЮТЕНОВА ВИПІЧКА ЯК ТРЕНД ЗДОРОВОГО ХАРЧУВАННЯ У РЕСТОРАННОМУ БІЗНЕСІ .....	282
<b>ШВИДКОВА Віталіна.</b> АВТОМАТИЗАЦІЯ ПРОЦЕСУ ПОВТОРНИХ БРОНЮВАНЬ ЧЕРЕЗ CRM-СИСТЕМУ ЯК ІНСТРУМЕНТ ПІДВИЩЕННЯ ЛОЯЛЬНОСТІ КЛІЄНТІВ І ДОХОДІВ ГОТЕЛЮ.....	283
<b>ШЕВЧЕНКО Дарина.</b> ТЕХНОЛОГІЯ БЛОКЧЕЙНУ ТА КРИПТОВАЛЮТ У NORECA: ЄВРОПЕЙСЬКИЙ ДОСВІД.....	285
<b>ШЕТИЛЯ Ганна.</b> СИСТЕМА МОТИВАЦІЇ ПЕРСОНАЛУ: ПРОБЛЕМИ ТА ІНОВАЦІЇ.....	287
<b>ЩЕПЕТНИЙ Денис.</b> КОНЦЕПТУАЛЬНЕ ОБҐРУНТУВАННЯ ГОТЕЛЮ КАТЕГОРІЇ 5* У М. КИЇВ.....	290
<b>ЯКОВЕНКО Артем.</b> ВІРТУАЛЬНА ТА ДОПОВНЕНА РЕАЛЬНІСТЬ У ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОМУ БІЗНЕСІ: ЯК ЦЕ ПРАЦЮЄ В ЄС? .....	292
<b>СЕКЦІЯ 3. ТУРИСТИЧНЕ КРАЇНОЗНАВСТВО .....</b>	<b>295</b>
<b>БУЗУН Софія, КОВАЛЬЧУК Ірина.</b> ОЦІНКА ОСОБЛИВОСТЕЙ ВИКОРИСТАННЯ РЕКРЕАЦІЙНОГО ПОТЕНЦІАЛУ США.....	295
<b>ВИГІВСЬКА Ірина, КОВАЛЬЧУК Ірина.</b> АНАЛІЗ СУЧАСНОГО СТАНУ ТУРИСТИЧНОЇ ГАЛУЗІ ФРАНЦІЇ .....	297
<b>ГОРОДНІЧЕНКО Софія, КОВАЛЬЧУК Ірина.</b> ІНДУСТРІЯ ТУРИЗМУ КАНАДИ: ОЦІНКА СУЧАСНОГО СТАНУ .....	299
<b>ГРИГОР Єлизавета, КОВАЛЬЧУК Ірина.</b> ОСОБЛИВОСТІ РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНОЇ ГАЛУЗІ ІТАЛІЇ.....	301
<b>КУЧЕР Дарина, КОВАЛЬЧУК Ірина.</b> РОЗВИТКУ ІНДУСТРІЇ ТУРИЗМУ В БОЛГАРІЇ.....	303

<b>МИКОЛЕНКО Аліна, КОВАЛЬЧУК Ірина.</b> ОЦІНКА РЕКРЕАЦІЙНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ТУРИСТИЧНОЇ ГАЛУЗІ НІМЕЧЧИНИ .....	305
<b>ПОМЕЛОВА Ангеліна.</b> КРАСЗНАВЧИЙ ТУРИЗМ ЯК ІНСТРУМЕНТ ЗБЕРЕЖЕННЯ ТА ПОПУЛЯРИЗАЦІЇ НЕМАТЕРІАЛЬНОЇ КУЛЬТУРНОЇ СПАДЩИНИ РЕГІОНІВ УКРАЇНИ .....	307
<b>ПРОЯВА Наталія, КОВАЛЬЧУК Ірина.</b> ДОСЛІДЖЕННЯ ТУРИСТИЧНО-РЕКРЕАЦІЙНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ТАЇЛАНДУ .....	311
<b>САДОВЕНКО Вікторія, КОВАЛЬЧУК Ірина.</b> ЄВРОПЕЙСЬКІ ПІДХОДИ У РОЗВИТКУ СТАЛОГО ТУРИЗМУ АВСТРІЇ.....	313
<b>САМЧУК Валерія, КОВАЛЬЧУК Ірина.</b> АНАЛІЗ ТУРИСТИЧНО-РЕКРЕАЦІЙНОГО ПОТЕНЦІАЛУ НОРВЕГІЇ .....	315
<b>СПІДЧУК Богдана, КОВАЛЬЧУК Ірина.</b> РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНОЇ ГАЛУЗІ ЯПОНІЇ .....	317
<b>ТКАЧЕНКО Надія, КОВАЛЬЧУК Ірина.</b> МОНІТОРИНГ ТУРИСТИЧНО-РЕКРЕАЦІЙНОГО ПОТЕНЦІАЛУ УКРАЇНИ .....	319
<b>ЧАУС Анна, КОВАЛЬЧУК Ірина.</b> СУЧАСНИЙ СТАН РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНОЇ ГАЛУЗІ ІНДІЇ .....	321
<b>ШКАПЕНКО Софія, КОВАЛЬЧУК Ірина.</b> ДОСЛІДЖЕННЯ ТУРИСТИЧНО-РЕКРЕАЦІЙНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ШВЕЙЦАРІЇ .....	323
<b>СЕКЦІЯ 4. ОРГАНІЗАЦІЯ ДОЗВІЛЛЯ МОЛОДІ.....</b>	<b>326</b>
<b>БЕЛІК Марія.</b> АНІМАЦІЯ ЯК ІНСТРУМЕНТ ЗМІЦНЕННЯ КОНКУРЕНТНИХ ПОЗИЦІЙ ПІДПРИЄМСТВ ІНДУСТРІЇ ГОСТИННОСТІ .....	326
<b>ГОРБАТІЙ Анна.</b> ЩО ВАРТО ЗНАТИ ПРО ДОЗВІЛЛЯ ФРАНЦУЗІВ .....	328
<b>ГРИЦЕНКО Марія.</b> ДОЗВІЛЛЯ ПО-АМЕРИКАНСЬКИ: У РИТМІ СВОБОДИ ТА РОЗВАГ .....	330
<b>ДЕДУШЕНКО Дмитро.</b> РОЗВИТОК АКТИВНОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ: СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ.....	332
<b>ЗАДОРОЖНА Дар'я.</b> ТІМБЛІДІНГ ЯК ІНСТРУМЕНТ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ У РЕСТОРАНАЇ «ПУЗАТА ХАТА» .....	335
<b>МОРОЗОВА Діана.</b> ОРГАНІЗАЦІЯ АКТИВНОГО ВІДПОЧИНКУ ТА ОЗДОРОВЛЕННЯ ДІТЕЙ У ТАБОРІ .....	337

<b>НІЩИМНА Вероніка, ПОГУДА Наталія.</b> РОЗВИТОК ВЕЛОСИПЕДНОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ: СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ .....	339
<b>НОВАК Катерина.</b> ДОЗВІЛЛЯ В СУЧАСНІЙ ЯПОНІЇ: ГАРМОНІЯ ТРАДИЦІЇ І СУЧАСНІСТЬ .....	341
<b>ПАВЛЮК Ольга.</b> ДОЗВІЛЛЯ ПІД ЧАС ВОЄННОГО СТАНУ В УКРАЇНІ .....	342
<b>ПУТРЕНКО Вероніка.</b> ДОЗВІЛЛЄВІ ПРОГРАМИ В ГОТЕЛЯХ ГРЕЦІЇ І ЩО ВОНИ ПРОПОНУЮТЬ .....	344
<b>РЯБУХА Інна.</b> КУЛЬТУРНО-ДОЗВІЛЛЄВИЙ ПОТЕНЦІАЛ ФРАНЦІЇ .....	346
<b>ЦЮПЕНКО Анастасія.</b> ДОЗВІЛЛЯ ПО-ІТАЛІЙСЬКИ.....	348

# СЕКЦІЯ 1

## ТУРИЗМ В УМОВАХ ЄВРОІНТЕГРАЦІЇ

### ФОРМУВАННЯ ТА ПРОСУВАННЯ ТУРИСТИЧНИХ МАРШРУТІВ ДЛЯ ІНОЗЕМНИХ ТУРИСТИЧНИХ ГРУП

**АРЗАНОВ Дмитро,**

*здобувач освітнього ступеня «Бакалавр» спеціальності «Туризм»,  
Поліський національний університет, м. Житомир*

Розробка туристичного маршруту для іноземних туристів є складним процесом, який охоплює кілька ключових етапів. Кожен із цих етапів вимагає ретельного планування та підготовки для забезпечення привабливості та зручності маршруту. Важливим елементом є дослідження ринку, що дозволяє визначити інтереси та потреби цільової аудиторії. Також необхідно врахувати культурні особливості та вподобання туристів для адаптації маршруту під їх специфічні запити.

Першим етапом у створенні туристичного маршруту є проведення глибокого дослідження ринку для визначення цільової аудиторії. Аналізуються інтереси іноземних туристів, їх демографічні характеристики, культурні вподобання та мотивації для подорожей, що дозволяє адаптувати майбутній маршрут під специфічні потреби туристів. Зокрема, визначаються типи туризму, що найбільше цікавлять іноземців, такі як культурний, природний або пригодницький туризм. Ефективне дослідження ринку дозволяє створити туристичні продукти, які відповідають очікуванням цільової аудиторії та забезпечують високий рівень задоволеності [1].

Другий етап полягає у виборі туристичних об'єктів, що будуть включені до маршруту. Туристичні об'єкти обираються на основі їхньої культурної, історичної та природної цінності, а також унікальності, що може привабити іноземних туристів. Важливо враховувати такі фактори, як доступність об'єктів, їхнє місцезнаходження, транспортна інфраструктура, а також наявність зручностей для туристів, таких як готелі, ресторани та інші сервіси. Правильно підібрані туристичні об'єкти значно підвищують конкурентоспроможність туристичного маршруту на міжнародному ринку [2].

Наступний етап приділяється розробці логістики маршруту: маршрути пересування між об'єктами повинні бути зручними та доступними для іноземних туристів. Враховуються транспортні вузли, зручність переміщення між місцями, а також можливість організації проживання, харчування і доступу до основних сервісів, що забезпечує комфорт туристам під час

подорожі. Особливу увагу також слід приділити забезпеченню якісного сервісу та підтримці туристів на всіх етапах маршруту [3].

Під час розробки маршруту важливо враховувати питання сталого розвитку туризму. Це включає використання екологічно чистих транспортних засобів, зменшення навантаження на природні та культурні об'єкти, а також підтримку місцевих громад. Використання принципів сталого туризму є важливим для збереження ресурсів регіону та підтримки місцевих традицій. Як зазначає Лавренко І. В., екологічний підхід до створення туристичних маршрутів дозволяє не лише зберегти природні та культурні ресурси, але й підвищити привабливість маршруту для еко-свідомих туристів [4].

Фінальним етапом є тестування маршруту на невеликій групі туристів, що дозволяє виявити можливі недоліки в організації, обслуговуванні або логістиці. На основі зібраних відгуків вносяться необхідні корективи, що допомагає покращити якість

Важливим етапом реалізації туристичного продукту є просування туристичних маршрутів. Маркетинг туристичних маршрутів для іноземних туристів базується на сучасних інструментах, які дозволяють ефективно просувати туристичний продукт на міжнародному ринку (рисунок).

<b>Засоби просуванні туристичних маршрутів іноземців</b>	<b>Використання цифрових платформ та соціальних мереж</b>
	<b>Контент-маркетинг і SEO-стратегії</b>
	<b>Партнерство з міжнародними туроператорами та інфлюенсерами</b>
	<b>Програми лояльності та спеціальні пропозиції</b>
	<b>Адаптація маркетингових матеріалів</b>

Маркетингові підходи у просуванні туристичних маршрутів для іноземців

Джерело: на основі [2].

Одним із найважливіших інструментів просування є використання сучасних цифрових платформ і соціальних мереж. Такі ресурси, як Facebook, Instagram, TikTok, дозволяють створювати візуально привабливий контент, що привертає увагу іноземних туристів. Публікація фото, відео та відгуків допомагає потенційним туристам ознайомитися з пропозицією ще до подорожі. Також важливо використовувати платформи для бронювання турів, такі як Booking.com та Airbnb Experiences, що дозволяють безпосередньо продавати тури [3].

Для підвищення видимості туристичного маршруту необхідно використовувати контент-маркетинг: створення корисного контенту, який зацікавить іноземних туристів. Це можуть бути статті, блоги, відеоогляди та віртуальні тури. Крім того, важливу роль відіграють SEO-стратегії, які допомагають підняти сайт туристичного маршруту на високі позиції в пошукових системах, збільшуючи органічний трафік.-

Співпраця з міжнародними туроператорами є важливим елементом просування туристичних маршрутів. Туроператори мають доступ до широкої бази клієнтів і можуть забезпечити стабільний потік туристів. Іншим потужним інструментом є співпраця з інфлюенсерами, які мають значну аудиторію в соціальних мережах. Їхні рекомендації та огляди можуть значно підвищити популярність маршруту серед іноземних туристів.

Важливим маркетинговим інструментом є розробка програм лояльності для постійних клієнтів, а також створення спеціальних пропозицій для туристичних груп або під час певних сезонів, що дозволяє не лише залучити нових туристів, але й стимулювати повторні візити. Спеціальні пропозиції можуть бути орієнтовані на різні ринки, враховуючи культурні особливості туристів. Для залучення іноземних туристів необхідно адаптувати маркетингові матеріали (вебсайти, буклети, рекламу) різними мовами, що забезпечує легкість комунікації з туристами з різних країн. Важливо також враховувати культурні особливості різних національностей при створенні маркетингових кампаній.

Загалом, створення та просування туристичного маршруту для іноземних туристів є складним процесом, що включає кілька важливих етапів. Від ретельного аналізу ринку до використання сучасних маркетингових інструментів – кожен аспект відіграє ключову роль у формуванні привабливого та конкурентоспроможного туристичного продукту. Важливим є врахування екологічних, соціальних та економічних чинників, що сприяють сталому розвитку туристичної індустрії.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Іванова Н. М. Маркетинг туристичних продуктів у цифрову епоху. Туристичні перспективи, 2023. № 3. С. 18-29.
2. Гончаренко Л. В. Вплив цифрових технологій на просування туризму. Сучасні тенденції у туризмі, 2022. № 2. С. 112-120.
3. Дорошенко О.С. Маркетингові стратегії у просуванні туристичних послуг для іноземців. Журнал туристичних досліджень, 2023. № 4. С. 67-74.
4. Лавренко І. В. Інфлюенсери як інструмент просування туристичних маршрутів. Дослідження у туризмі, 2023. № 6. С. 58-65.

Науковий керівник: PhD, доцент Осіпчук А. С.

## ОСОБЛИВОСТІ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ В ІНДУСТРІЇ ТУРИЗМУ

**БЄЛОВА Анастасія,**

*здобувачка освітнього ступеня «Бакалавр»  
спеціальності «Готельно-ресторанна справа»,  
Інститут культури і креативних індустрій, м. Київ*

Сьогодні всі розуміють, що для того, щоб розвивати організацію, робити її прибутковою та залишатися конкурентоспроможною, менеджмент повинен оптимізувати віддачу від інвестицій усіх ресурсів - фізичних, фінансових і, найголовніше, людських. Коли організація дійсно цінує своїх людей, результати відображають її загальну філософію, культуру та ставлення. Управління людськими ресурсами - це діяльність організації, спрямована на ефективне використання людей (персоналу) для досягнення як корпоративних, так і індивідуальних (особистих) цілей [2].

Поняття «управління людськими ресурсами» має два основні аспекти: - функціональний аспект та організаційний аспект.

Управління людськими ресурсами функціонально є реалізацією найважливіших елементів;

- ✓ визначення загальної стратегії;
- ✓ планування потреб організації в людських ресурсах з урахуванням наявного персоналу;
- ✓ залучення, відбір та оцінка персоналу;
- ✓ розвиток та перепідготовка персоналу;
- ✓ системи просування по службі (управління кар'єрою);
- ✓ звільнення персоналу;
- ✓ проектування та організація роботи, включаючи посадові інструкції, функціональні та технічні взаємозв'язки між робочими місцями, опис та послідовність виконання робіт, умови праці;
- ✓ політика заробітної плати та соціальних послуг;
- ✓ управління витратами на персонал.

З організаційної точки зору, управління людськими ресурсами охоплює всіх працівників та всі структурні підрозділи та організації, відповідальні за людські ресурси. Це пов'язано з тим, що підприємства та їхні людські ресурси (персонал) є важливим елементом розвитку і результати уваги підприємства до своїх людських ресурсів неминуче позначаються на його діяльності [1].

Управління людськими ресурсами - це діяльність на підприємствах, спрямована на найбільш ефективно використання працівників для досягнення організаційних та індивідуальних цілей. Управління людськими ресурсами має наступні характеристики: - Управління людськими ресурсами фокусується на практичних діях, а не на концептуальних процедурах і правилах. Управління людськими ресурсами більше пов'язане з вирішенням проблем

компанії та постановкою цілей шляхом сприяння розвитку всіх співробітників і окремих працівників та створення необхідних умов праці.

Виходячи з теоретичних основ менеджменту, можна визначити, що процес управління персоналом включає наступні функції:

*Планування* - постановка цілей, розробка правил і послідовності дій, планування, прогнозування майбутніх можливостей.

*Організація* - визначення завдань кожного підлеглого, розподіл на відділи, делегування повноважень підлеглим, розробка каналів управління та передачі інформації, координація роботи підлеглих

*Управління* - встановлення критеріїв для необхідних кандидатів, набір та відбір працівників, встановлення вимог до виконуваних завдань, оцінка результатів діяльності, консультування працівників, навчання працівників та розвиток кар'єри

*Контроль* - виявлення відхилень від вимог, включаючи контроль робочого навантаження, рівня продуктивності та компетентності працівників

У сучасній ринковій економіці поширені такі поняття, як людські ресурси, трудові ресурси, кадрові ресурси, управління людськими ресурсами, трудові ресурси та управління людськими ресурсами. Всі ресурси оцінюються в грошовому еквіваленті. Людські ресурси необхідно оцінювати як поєднання грошової вартості компанії та людських активів [3].

Без необхідних фахівців підприємство (організація, компанія) не може досягти своїх цілей і вижити. Тому вартість людських ресурсів на підприємствах дуже висока [3].

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Афонін А.С. Основи мотивації праці: організаційно-економічні аспекти. Київ : МАУП, 2004. 340 с.
2. Бутинець Ф.Ф. Інформаційні системи бухгалтерського обліку. Житомир : ПП «Рута», 2002. 544 с.
3. Гончагенко Л. С., Білоусов О. М., Солободенюк О. В. Нормативне забезпечення підприємницької діяльності. Херсон: Міжнар. ун-т бізнесу і права, 2009. 174 с.

## **РОЛЬ ТУРОПЕРАТОРІВ ТА ТУРАГЕНТІВ НА РИНКУ ТУРИСТИЧНИХ ПОСЛУГ**

**БОЧКОВСЬКА Дар'я,**

*здобувачка освітнього ступеня «Бакалавр»  
спеціальності «Туризм та рекреація»,  
Поліський національний університет, м. Житомир*

**ТИЩЕНКО Світлана,**

*к. е. н., доцент, кафедри економіки, підприємництва та туризму,  
Поліський національний університет, м. Житомир*

Туристські організації відіграють ключову роль у туристичній індустрії, забезпечуючи організацію подорожей, координацію послуг та створення готових туристичних продуктів. Вони виступають посередниками між туристами та постачальниками послуг, такими як готелі, авіакомпанії, транспортні компанії та екскурсійні бюро. Завдяки туристським організаціям подорожі стають більш доступними, безпечними та комфортними, оскільки вони беруть на себе всі організаційні питання, включаючи логістику, бронювання, страхування та перевезення. В умовах зростаючої конкуренції та цифровізації туристичного бізнесу туристські організації змушені адаптувати свої стратегії, використовуючи сучасні технології, онлайн-бронювання та персоналізовані пропозиції для клієнтів.

Сучасний туристичний ринок переживає значні зміни, зумовлені технологічним прогресом, зміною споживчих уподобань та глобальними викликами, такими як пандемії та економічні кризи. Туристи все частіше шукають унікальні подорожі, віддаючи перевагу екологічному, гастрономічному та екстремальному туризму, що змушує туроператорів та тур агентів розширювати свій спектр послуг. Крім того, зростає попит на сталий туризм, що стимулює компанії впроваджувати екологічно відповідальні практики. В таких умовах туристські організації мають не лише продавати тури, а й створювати додаткову цінність для клієнтів, формуючи нові тренди та забезпечуючи високий рівень сервісу.

Терміни «туроператор» та «тур агент» визначають напрямок підприємницької діяльності туристичної фірми або компанії.

Туристський продукт формується з послуг підприємств, причетних до обслуговування людей на відпочинку та подорожі. Це транспортні фірми та компанії, готелі, ресторани, кафе, екскурсійні фірми, музеї та виставки, парки атракціонів, дозвілля-розважальні підприємства, шоу-, кіно-, відео-бізнес, азартні заходи та заклади, спортивні та курортні організації. Словом, усі ті, хто може надати потрібні послуги.

Комплектацією туристичного продукту, тобто формуванням набору послуг під назвою «тур», займаються туроператори. Туроператор (у деяких країнах його називають турорганізатором) виробляє диференційовані туристські продукти зі складових послуг відповідно до потреб та побажань клієнтів.

Турагент реалізує туристичний продукт клієнту у вигляді комплексів (інклюзив-тури) або у вигляді вільного набору послуг (замовні тури).

Туроператор – це організація, що займається комплектацією турів та формуванням комплексу послуг для туристів. Туроператор розробляє туристські маршрути, насичує їх послугами за допомогою взаємодії з постачальниками послуг, забезпечує функціонування турів та надання послуг, готує рекламно-інформаційні видання за своїми турами, розраховує ціни на тури, передає тури тур агенту для їхньої подальшої реалізації туристам.

Тур агент – це організація-посередник, що займається продажем сформованих туроператором турів. Тур агент купує тури у туроператора та реалізує їх споживачеві. Турагент додає до туру, що купується, проїзд туристів від місця їх проживання до першого за маршрутом пункту розміщення, від останнього на маршруті пункту розміщення і назад [1; 2].

Головною ринковою роллю цих організацій є поєднання постачальників послуг із клієнтами-туристами, часом сильно роз'єднаних як у часі, так і територіально. Це специфічний туристичний вид бізнесу. Тут важливим є правильний вибір постачальників послуг, заснований на професійних знаннях туристичного ринку, бізнесу, особливостей та важелів його розвитку та управління.

Виділяють наступні функції туристських організацій [3].

Комплектуюча функція – це комплектація туру з окремих послуг – для рецептивного туроператора; комплектація комбінованих турів із турів рецептивних – для ініціативного туроператора; комплектація пакетів турів з транспортними та іншими видами послуг – для тур агента.

Сервісна функція – це обслуговування туристів на маршрутах, обслуговування туристів в офісі під час продажу пакетів турів.

Гарантійна функція – це надання туристам гарантій щодо заздалегідь оплачених туристичних послуг в обумовленій кількості та на обумовленому рівні. Відповідно до міжнародного та вітчизняного законодавства перед туристом несе повну відповідальність за обслуговування та організація, яка сформувала та продала йому пакет послуг, незалежно від того, сама вона надає ці послуги або третя особа (постачальник послуг).

Зазвичай туроператор – це більша компанія, ніж тур агент, що має головний тур операторський офіс та кілька філій – агентську мережу. Багато великих туроператорів мають агентські мережі по всьому світу.

При цьому, незалежно від наявності власної агентської мережі, туроператор укладає угоди з незалежними турагентствами на продаж своїх турів. Чим більше у туроператора партнерів-тур агентів, чим у більшій кількості країн і регіонів вони розташовані, тим ширші обсяги продажів і відповідно більше туристів та вищий прибуток.

Підсумовуючи проведене дослідження варто відмітити те, що туроператори є ключовими учасниками туристичного ринку, які забезпечують комплексну організацію подорожей, об'єднуючи послуги різних постачальників у готовий туристичний продукт. Їхня діяльність охоплює широкий спектр функцій, включаючи комплектацію турів, сервісне обслуговування

клієнтів, гарантування якості послуг та взаємодію з турагентами. Туристична індустрія постійно змінюється під впливом технологічного прогресу, змін у споживчих уподобаннях та глобальних викликів, що вимагає від туроператорів гнучкості та впровадження нових підходів у роботі.

Конкурентоспроможність туроператорів визначається їхньою здатністю пропонувати унікальні продукти, впроваджувати цифрові рішення та відповідати запитам сучасних туристів, які все більше цінують індивідуальний підхід, екологічність та якість обслуговування. Ефективна співпраця між туроператорами та турагентами дозволяє розширювати ринок, залучати нових клієнтів і формувати стабільні прибутки. Таким чином, успіх компаній у сфері туризму залежить від їхньої здатності адаптуватися до нових умов, зберігаючи високу якість та надійність своїх послуг.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Туристичні послуги і туроператорська діяльність: конспект лекцій для студентів денної та заочної форми навчання / Державний біотехнологічний університет; упоряд.: С. О. Заїка, С. М. Калініченко, Л. С. Харчевнікова, А. В. Грібнік. Харків: ДБТУ, 2023. 108 с.
2. Тараненко Г. Г. Розвиток туризму в сучасних умовах: реалії та перспективи. URL : [http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/1\\_2022/92.pdf](http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/1_2022/92.pdf). 4
3. Михайліченко Г. І. Туроперейтинг : підручник. Київ : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2018. 304 с.

Науковий керівник: к. е. н., доцент Тищенко С. В.

## РОЛЬ МОРСЬКИХ ПОРТІВ У РОЗВИТКУ КРУЇЗНОЇ ІНДУСТРІЇ

**ВАКАРАШ Олена,**

*здобувачка освітнього ступеня «Бакалавр»  
спеціальності «Готельно-ресторанна справа»,*

*Миколаївський національний аграрний університет, м. Миколаїв*

Круїзний туризм виник внаслідок успішної інтеграції ітерації морського транспорту та розвитку міжнародної туристичної індустрії, оскільки кількість та інтенсивність вантажних і пасажирських перевезень на трансатлантичних маршрутах між узбережжям Західної Європи та Північної Америки значно зросла в 19 столітті. Цей факт значною мірою пов'язаний зі збільшенням імміграції до Нового Світу. Однак лише в 1960-х роках з'явилися круїзні лайнери, призначені виключно для туристів. У цей же період були створені всесвітньо відомі круїзні компанії, які продовжують свою діяльність і донині.

Середземноморський регіон відомий як альтернативний напрямок для тих, хто вперше вирушає в круїз, завдяки своїм сприятливим кліматичним умовам і різноманітності портів, доступних протягом усього року. Середземноморський басейн може бути використаний як класичний круїзний напрямок, створюючи великий потенціал для розширення послуг відпочинку. Середземномор'я є історичним і культурним туристичним напрямком, і з площею поверхні 2,5 мільйона квадратних кілометрів є найбільшим прибережним морським районом у світі. Вважається, що порти і пункти призначення відіграють важливу роль у розвитку судноплавних маршрутів. Порти заходу покликані збагатити досвід круїзних пасажирів і надати їм можливість дізнатися про історію, культуру і спосіб життя місцевого населення, а також побачити їхні визначні пам'ятки [2]. У червні 1996 р. в Римі утворилась круїзна асоціація портів Середземного моря MedCruise.

Середземноморський регіон пережив стрімке зростання круїзного туризму, який досяг майже 25 мільйонів пасажирів у 2022 році. У зв'язку з цим багатьом круїзним лайнерам необхідно модернізувати існуючу інфраструктуру круїзних терміналів у портах MedCruise, щоб задовольнити зростаючий попит, який демонструє позитивні тенденції на ринку.

Як правило, країни з морськими традиціями мають більшу кількість населення, яке регулярно відправляється в круїзи. Активно розвиваються як добре відомі круїзні маршрути, так і абсолютно нові порти заходу. До перших відноситься Середземномор'я, з західними круїзними маршрутами (узбережжя Іспанії, Італії, Франції, Тунісу і Марокко) і східними маршрутами (Греція, Егейське море, Туреччина, Єгипет і узбережжя Чорного моря), а також змішані маршрути, що включають обидва туристичні напрямки [1].

Головні порти Середземномор'я користуються особливою популярністю, оскільки вони мають найбільш розвинену інфраструктуру для круїзного туризму. Круїзні маршрути в басейні Середземного моря можна розділити на три регіони: Західне Середземномор'я, Східне Середземномор'я та Адріатика.

Якщо розглядати роль і значення портів у середземноморському круїзному туризмі, то на західну частину круїзного ринку припадає значна частка - 67,8%. Круїзи Адріатикою посідають друге місце з 19,2%, а Східне Середземномор'я - останнє з 13,0%. З іншого боку, 0,6% круїзних турів, пов'язаних із Середземним морем, також охоплюють Чорне море [3].

З географічної точки зору, круїзний туризм в основному зосереджений у західних портах Середземноморського басейну. Зокрема, такі порти, як Барселона, Чівітавеккья і Пальма-де-Майорка, є лідерами круїзного туризму в регіоні. Міста і порти, розташовані на Адріатичному морі, особливо поблизу Дубровника, є місцями, де круїзний туризм стрімко розвивається. Також спостерігається значне збільшення інвестицій в інфраструктуру в Егейському регіоні, де за останні роки спостерігається найбільший обсяг круїзного туризму.

З точки зору клімату, у середземноморському регіоні існує тимчасовий бімодальний субринок із піками наприкінці весни та в середині осені, а також із більш обмеженими пропозиціями в літні місяці. Це вказує на досить

тривалий круїзний сезон - з квітня до середини листопада. Навпаки, у зимові місяці пропозиція обмежена, хоча й не відсутня повністю [4].

Отже, Середземноморський регіон є одним із провідних центрів круїзного туризму, завдяки чому порти відіграють ключову роль у забезпеченні якісного туристичного обслуговування. Західне Середземномор'я має найбільшу частку круїзного ринку, а такі порти, як Барселона, Чівітавеккья та Пальма-де-Майорка, є лідерами за кількістю прийнятих пасажирів. Розвиток круїзного туризму сприяє економічному зростанню портових міст і стимулює інвестиції в модернізацію інфраструктури. У перспективі подальший розвиток круїзної індустрії потребуватиме розширення круїзних терміналів та вдосконалення сервісних послуг, що дозволить зберегти конкурентні позиції Середземномор'я на світовому ринку круїзного туризму.

### СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Корнілова, В., Корнілова, Н. (2018). *Сучасні тенденції розвитку світового круїзного ринку*. Інвестиції: практика та досвід, 20–25.
2. Щербакова, Н. О. (2022). *Особливості організації світового круїзного туризму*. Бюлетень Нац. університету транспорту. Серія «Економічні науки», 315–322.
3. Papathanassis, A. (2017). Cruise tourism management: State of the art. *Tourism Review*, 72, 104–119.
4. Herrera-Medina, M., Andrade, M., & Carlos, X. (2018). Cruise tourism in Mediterranean port-city interface: A new era of waterfront benefits in a smart destination. *Cuadernos de Turismo*, 42, 659–663.

Науковий керівник: д. філос. наук, професор Гарбар Г. А.

### ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНОГО ПОТЕНЦІАЛУ СІЛЬСЬКОГО ЗЕЛЕНОГО ТУРИЗМУ

**ВЕРНИГОРА Катерина,**

*здобувачка освітнього ступеня «Бакалавр» спеціальності «Туризм і рекреація»,  
Національний університет біоресурсів і природокористування України, м. Київ*

Сільський зелений туризм є однією з форм рекреаційного туризму, яка ґрунтується на використанні природного, культурного та історичного потенціалу сільської місцевості. Він передбачає організацію відпочинку у сільських районах, де туристи можуть брати участь у сільськогосподарській діяльності, ознайомлюватися з традиціями, культурою та способом життя місцевого населення. Основна ідея цього виду туризму полягає у забезпеченні екологічно чистого, автентичного та спокійного відпочинку, що дозволяє туристам відійти від міської метушні та ближче познайомитися з природою.

Важливим елементом сільського зеленого туризму є участь туристів у традиційних сільськогосподарських роботах. Це може включати збирання врожаю, догляд за домашніми тваринами, випічку хліба чи виготовлення молочних продуктів. Окрім цього, туристам пропонуються екологічні та кулінарні тури. Екологічні тури передбачають прогулянки лісами, парками, вздовж річок чи озер із можливістю спостерігати за природою, збирати дикорослі ягоди, гриби чи лікарські рослини. Кулінарні тури дають змогу познайомитися з місцевою кухнею, взяти участь у приготуванні традиційних страв із локальних продуктів та дегустувати органічні смаколики.

Додатково організовуються екскурсії до місцевих природних, історичних і культурних пам'яток. Сільські райони багаті на природні ресурси та об'єкти історичної спадщини, такі як старовинні церкви, етнографічні музеї, фортеці чи природні заповідники. Екскурсії дозволяють туристам дізнатися більше про історію та культуру регіону, поглиблюючи їхнє знайомство з місцевою автентичністю [1]. Особливою популярністю користуються майстер-класи з народних ремесел і кулінарії.

Сільський зелений туризм вирізняється низкою характеристик, які визначають його особливості та переваги у сучасному туристичному середовищі. Однією з ключових рис є екологічність. Ще однією важливою характеристикою є автентичність, яка дозволяє туристам зануритися у справжнє сільське життя [2].

Особливістю сільського зеленого туризму є також індивідуальність. Туристичні послуги в більшості випадків адаптуються до потреб клієнтів, що надає їм унікальності. Сільський зелений туризм також характеризується гнучкістю цінової політики, що робить його доступним для різних категорій туристів. Завдяки широкому спектру послуг і можливості їх комбінування, цей вид туризму залишається привабливим як для бюджетних мандрівників, так і для тих, хто шукає ексклюзивний відпочинок.

Київська область має значний туристичний потенціал у сфері сільського зеленого туризму завдяки сприятливим природним, історико-культурним та соціально-економічним умовам.

Наприклад, церква Святого Миколая у селі Малютянка [4] є визначним прикладом дерев'яної архітектури, яка поєднує риси традиційного українського зодчества. Старовинна садиба в селі Шпитьки [5] демонструє особливості поміщицької архітектури XVIII-XIX століть. Такі об'єкти приваблюють туристів своєю автентичністю та атмосферою, надаючи можливість зануритися в історичне минуле регіону.

Одним із найпопулярніших напрямків є екскурсії мальовничими селами області, такими як Трипілля, Біла Церква та Богуслав. Кожне з цих місць має унікальну атмосферу та багатий історичний контекст. Трипілля приваблює туристів своїм зв'язком із Трипільською культурою, археологічними пам'ятками та музеєм, який знайомить із давньою історією регіону. Особливу увагу привертають екологічні маршрути, які охоплюють природоохоронні території та заповідники Київщини. Такі маршрути включають відвідування Дніпровсько-Тетерівського заказника, Канівського природного заповідника та інших унікальних природних локацій, які ідеально підходять для еко-туризму [3].

Таким чином, туристичний потенціал сільських територій Київської області охоплює природні багатства, історико-культурну спадщину, соціально-економічні можливості та розвинену інфраструктуру. Його ефективне використання може забезпечити економічний, соціальний і культурний розвиток регіону, сприяючи сталому розвитку та залученню туристів.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Арсененко І. А., Донченко Л. М., Донець І. А., Левада О. М., Зав'ялова Т. В. Регіональні тенденції розвитку сільського зеленого туризму в Україні. URL: <https://media.neliti.com/media/publications/320176-регіональні-тенденції-розвитку-сільськог-079bbd66.pdf>
2. Батиченко С. Лантух М. Сільський зелений туризм в Україні: сучасний стан. Національний університет харчових технологій, Київ, Україна. URL: <https://dspace.nuft.edu.ua/server/api/core/bitstreams/2b65486a-b2a6-43e9-9e9e-fb97a66d8e8d/content>
3. Полтавець А. М. Еколого-економічний аналіз рекреаційного потенціалу Київської області. URL: [https://tourlib.net/statti\\_ukr/poltavec.htm?utm\\_source](https://tourlib.net/statti_ukr/poltavec.htm?utm_source)
4. Храм Покрови Божої Матері УПЦ, с. Малютянка. Корисний формат. URL: <https://www.kf-ks.info/hram-pokrovi-bozhoyi-materi-upts-s-malyutyanka/>
5. Velocian: Список локацій. Velocian: сайт веломандрівника. URL: <https://velocian.com.ua/sights/list?category=2&district=553&page=67>

Науковий керівник: д. е. н., професор Мельниченко С. В.

## КОНЦЕПТУАЛЬНЕ ОБГРУНТУВАННЯ СІЛЬСЬКОЇ ЗЕЛЕНОЇ ОСЕЛІ

**ВОЗНЮК Ольга,**

*здобувачка освітнього ступеня «Бакалавр»  
спеціальності «Готельно-ресторанна справа»,*

*Національний університет біоресурсів і природокористування України, м. Київ*

Сучасний розвиток сільської архітектури спрямований на створення екологічно чистого, енергоефективного та автономного житла. Сільська зелена оселя є інноваційною концепцією, що складається з традиційних будівельних методів з новітніми технологіями, що забезпечують комфортні умови проживання при мінімальному впливі на довкілля. У 2025 році основні тенденції розвитку таких осель орієнтуються на використання природних матеріалів, альтернативної енергетики та розумних систем управління ресурсами.

Одним із ключових елементів сільської зеленої оселі є застосування екологічно чистих матеріалів. Використання дерева, глини, бамбука, солом'яних блоків та інших природних матеріалів зниження рівня викидів шкідливих речовин у довкілля. Такі матеріали не є тільки безпечними для здоров'я людини, а й створюють сприятливий мікроклімат у всьому. крім того, все більше будівель зводиться за принципом пасивного дизайну, що забезпечує ефективне використання сонячного світла, теплоізоляцію та природну вентиляцію.

Ще одним аспектом є автономність та енергоефективність сільської зеленої оселі. Сонячні батареї, вітрові турбіни, геотермальні насоси та системи збирання дощової води дозволяють значно зменшити залежність від централізованих мереж. Крім того, встановлення сонячних панелей дозволяє повністю забезпечити будинок електроенергією, а система очищення та повторного використання призводить до її економічного використання.

В окремих енергоефективних технологій, сучасні зелені осі активно впроваджують розумні системи управління. Наприклад, завдяки IoT-рішенню (Інтернет речей) мешканці можуть дистанційно контролювати споживання електроенергії, регулювати температуру в приміщенні, автоматизувати освітлення та навіть керувати поливом рослин на присадибній ділянці. Це не забезпечує тільки зручність у використанні, а й значно скорочує витрати ресурсів.

Популярність концепції сільської зеленої оселі зростає не лише у світі, а й в Україні. Використання екологічних технологій є не просто модною тенденцією, а забезпеченістю, зумовленою екологічними викликами та прагненням людей до сталого розвитку. Інвестиції в зелені оселі сприяють не тільки збереженню навколишнього середовища, а й покращеній якості життя, але такі будинки є комфортними, безпечними та економічно вигідними довгостроковими перспективами.

Враховуючи сучасні світові тенденції та особливості розвитку сільських територій України, важливо активізувати наукові дослідження в цій галузі. Необхідно розробити нові підходи до проектування сільських зелених осель, вдосконалити методи будівництва та підвищити рівень екологічної свідомості серед населення. Це дозволяє Україні не тільки інтегруватися у світові екологічні процеси, а й створити комфортні умови для проживання в гармонії з природою.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Гейко, В. В. (2023). Енергоефективні технології в будівництві: сучасні тенденції та перспективи. Київ: Наукова думка.
2. Сидоренко, І. п. (2022). Екологічно чисті матеріали у житловому будівництві. Львів: Світ.
3. Ковальчук, О. М. (2021). Сталий розвиток сільських територій: інноваційні рішення та практика. Харків: Видавництво ХНУМГ.

Науковий керівник: к. т. н., доцент Микицей Т. Д.

## **НАЙКРАЩІ КОРОТКІ ПОДОРОЖІ: ТУРИЗМ ВИХІДНОГО ДНЯ**

**ВОЙНА Іван,**

*здобувач освітнього ступеня «Бакалавр»  
спеціальності «Туризм та рекреація»,*

*Національний університет біоресурсів і природокористування України, м. Київ*

В останні роки короткострокові подорожі стали надзвичайно популярними серед туристів, що прагнуть відпочити за вихідні, не витрачаючи багато часу на дорогу. Тури вихідного дня є важливим сегментом внутрішнього туризму, і їх розвиток має велике значення для економіки окремих регіонів. Україна, з її багатими природними, історичними та культурними ресурсами, пропонує різноманіття напрямків для таких подорожей. Це дозволяє не лише познайомитися з новими місцями, але й зробити значний внесок у розвиток місцевих економік [2].

Тури вихідного дня мають кілька важливих переваг для розвитку внутрішнього туризму. По-перше, вони дозволяють знизити тиск на екологічно чутливі території, оскільки туристи зазвичай вибирають для відпочинку менш відвідувані місця. По-друге, короткі подорожі сприяють розвитку малого бізнесу, зокрема в секторі послуг, готельному бізнесі та ресторанах. У свою чергу, місцеві громади отримують значну вигоду від економічної активності, що виникає завдяки туристам. Проте зазначимо, що велике навантаження на природні ресурси може бути проблемою, якщо не враховуються принципи сталого розвитку.

Одними з таких напрямків, що набувають популярності в Україні, є активний туризм та екотуризм, які дозволяють поєднувати відпочинок з турботою про довкілля. Для розвитку екотуризму необхідно створювати екологічно чисту інфраструктуру, а також запроваджувати програми навчання та просвітництва для місцевих жителів та туристів [3].

Вихідні дні - це чудова можливість для відпочинку та подорожей, навіть якщо у вас є лише кілька днів. В Україні є безліч чудових місць, які можна відвідати за короткий час. Ось кілька ідей для турів вихідного дня, які б могли принести відпочинкову насолоджуватися природою, історією та культурою, не витрачаючи багато часу на дорогу.

По-перше, відпочинок серед гір і це Карпати. Карпати є однією з найбільш популярних локацій для коротких подорожей. Вони приваблюють туристів завдяки своїм гірським краєвидам, можливості займатися активними видами спорту, такими як пішохідний туризм, вело-туризм, лижний спорт та рафтинг. Крім того, розвиток інфраструктури, включаючи гірськолижні курорти, термальні води та відвідини маленьких гуцульських селищ й екотуризм, зробив цей регіон важливим напрямком для туризму вихідного дня. Ідеальний напрямок для відпочинку від метушні міста, насолоджуючись мальовничими гірськими краєвидами.

Наприклад:

*Яремче* - місто на річці Прут з красивими водоспадами, музеєм гуцульської культури та можливістю піднятися на гору Маковиця.

*Буковель* - гірськолижний курорт, де взимку можна кататися на лижах та сноуборді, а влітку - прогулятися по карпатських лісах та озерах.

*Драгобрат* - високогірний курорт для активного зимового відпочинку [1].

По-друге, серце нашої держави мегаполіс Київ, де історія, культура, затишок та сучасне життя переплітаються в одне. Це місце, яке можна відвідати за один день або на вихідні, зокрема, якщо ви хочете познайомитися з українською архітектурою, музеями, відвідати історичні пам'ятки та насолодитися природою, прогулюючись парками та набережними[4].

Наприклад:

Києво-Печерська лавра - великий комплекс монастирів, печер та соборів, внесений до списку Світової спадщини ЮНЕСКО.

Андріївський узвіз - одна з найстаріших і найкрасивіших вулиць Києва, з великою кількістю майстерень та кав'ярень.

Парк "Голосіївський" - чудове місце для прогулянок серед природи прямо в місті.

Ботанічний сад НУБіП України – місце це переплітаються наука, знання, туризм.

Тури вихідного дня в Україні є потужним інструментом розвитку внутрішнього туризму, сприяють економічному зростанню регіонів і підвищенню туристичної привабливості країни. Кожен регіон країни має свою неповторну атмосферу та привабливі місця для туристів. Тури можуть бути різноманітними, в залежності від вподобань і бажаного відпочинку. Від гірських пригод до морського релаксу, від історичних екскурсій до культурних прогулянок - Україна пропонує неосяжність варіантів для коротких подорожей.

Отже, розвиток інфраструктури, збереження культурної та природної спадщини, а також підтримка місцевих підприємців є важливими аспектами для досягнення сталого розвитку в цій галузі. З огляду на ці тенденції, майбутнє туризму вихідного дня в Україні виглядає перспективним, і є великий потенціал для подальшого його розвитку.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Василенко, Л. Ю. (2018). "Карпати: екологічний туризм та його вплив на місцеві громади". Журнал географічних досліджень, 22(2), 103–110.
2. Державна служба статистики України. (2021). "Туризм в Україні: статистичний звіт". Київ: Держстат.
3. Петренко, О. А. (2019). "Екологічний туризм як фактор сталого розвитку регіонів". Журнал екологічних наук, 15(4), 56–67.
4. Смирнова, О. І. (2020). "Роль туризму в розвитку економіки України". Київ: Науковий світ.

Науковий керівник: к. е. н, доцент Мосіюк С. І.

## ГАСТРОНОМІЧНИЙ ТУРИЗМ ЯК ІНСТРУМЕНТ ЗБЕРЕЖЕННЯ ТА ПОПУЛЯРИЗАЦІЇ КУЛЬТУРНОЇ СПАДЩИНИ

**ВОЛИНКІНА Юлія,**

*здобувачка освітнього ступеня «Бакалавр»*

*спеціальності «Туризм та рекреація»,*

*Національний університет біоресурсів і природокористування України, м. Київ*

Гастрономічний туризм – це вид туризму, основною метою якого є ознайомлення з місцевою кухнею, традиціями харчування та гастрономічною культурою певного регіону або країни. Це подорож, де смак стає головним мотивом, а їжа – ключовим елементом досвіду. Але, гастрономічний туризм – це не лише подорож у пошуках нових смаків, але й потужний інструмент для збереження та популяризації культурної спадщини. Він відіграє важливу роль у збереженні традиційних знань і практик, таких як рецепти, техніки приготування та харчові звичаї, які передаються з покоління в покоління.

Гастрономічні тури сприяють популяризації культурної ідентичності, знайомлячи туристів з унікальними регіональними стравами та продуктами, які є частиною культурної спадщини місцевих громад. Вони також підтримують місцевих виробників, фермерів та ремісників, які зберігають традиційні способи виробництва продуктів харчування [1].

Гастрономічний туризм має значний вплив на розвиток місцевих громад, створюючи нові робочі місця та підтримуючи малий бізнес. Він також сприяє культурному обміну, створюючи можливості для спілкування та обміну досвідом між туристами та місцевими жителями.

Крім того, гастрономічний туризм виконує освітню функцію, знайомлячи туристів з історією страв, традиціями та методами приготування. Він може включати освітні програми, такі як лекції, семінари та майстер-класи, присвячені місцевій кухні та культурі.

Гастрономічний туризм в Україні активно розвивається, і в різних регіонах країни формуються унікальні гастрономічні центри, які приваблюють туристів своєю традиційною кухнею, місцевими продуктами та автентичними стравами. Крім того, гастрономічний туризм в Україні охоплює не лише великі міста, а й невеликі регіони, де туристи можуть скуштувати унікальні страви, відвідати фестивалі та дегустації, а також познайомитися з місцевими кулінарними традиціями (таблиця).

Використання локальних продуктів та національних традицій є ключовим фактором у формуванні успішного гастрономічного бренду. Це не лише дозволяє створити унікальний та автентичний досвід для туристів, але й сприяє розвитку місцевої економіки та збереженню культурної спадщини.

Локальні продукти, які вирощуються або виробляються в певному регіоні, надають стравам неповторного смаку та аромату. Це дозволяє туристам відчувати справжній смак місцевої кухні та отримати автентичний гастрономічний досвід. Використання локальних продуктів сприяє розвитку місцевого сільського господарства та малого бізнесу, створюючи нові робочі місця та збільшуючи доходи місцевих громад.

## Центри гастрономічного туризму України

Регіон	Гастрономічні особливості	Популярні страви	Гастрономічні фестивалі
Львів	Кава, шоколад	Львівська кава, шоколадні вироби	«На каву до Львова», «Свято шоколаду»
Закарпаття	Вино, бринза	Бограч, банош, леквар, бринза	«Червене вино», «Берегфест», «Гуцульська бринза»
Одеса	Морепродукти, місцева кухня	Форшмак, рапани, чорноморська риба, бички у томатному соусі	«Одеський гастрофест», «Фестиваль устриць»
Полтавщина	Галушки	Галушки, борщ з вушками, верещака	«Свято полтавської галушки»
Буковина	Поєднання української, румунської та молдовської кухонь	Бануш, мітитеї, мамалига, налисники	-
Херсонщина	Баштанні культури, виноробство	Херсонські кавуни, томати, місцеві вина	«Кавуновий бум»
Київ	Сучасна гастрономічна столиця	Київський торт, котлета по-київськи, вареники з різними начинками	Kyiv Food Market, Kyiv Wine Festival

Джерело: сформовано автором на основі [2]

Крім того, це зменшує викиди вуглекислого газу, пов'язані з транспортуванням продуктів з далеких відстаней, сприяючи розвитку сталого туризму та збереженню довкілля.

Національні кулінарні традиції є частиною культурної спадщини країни, відображаючи історію, звичаї та традиції народу. Національні страви та напої є символами національної ідентичності, допомагаючи створити унікальний гастрономічний бренд, який відрізняється від інших. Туристи з усього світу цікавляться національною кухнею та традиційними стравами, тому гастрономічний туризм, заснований на національних традиціях, може стати потужним фактором залучення туристів [3, 4].

Використання локальних продуктів та національних традицій у формуванні гастрономічного бренду – це важливий крок до розвитку сталого та успішного гастрономічного туризму, який в свою чергу є важливим інструментом для збереження та популяризації культурної спадщини, сприяючи розвитку місцевих громад та культурному обміну.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Кудінова І.П. Сучасні тренди туристичного розвитку м. Києва // *Економіка і управління бізнесом*, том 14, №2, 2023, К., 2022. С. 73-86.
2. Михайлюк О.Л., Хумаров О.А. Перспективи розвитку гастрономічного туризму в Україні. *Економічні інновації*. 2020. Т. 22, Вип. 2 (75). С. 71-81.
3. Кудінова І.П., Терзі С.М. Культурна спадщина - бренд туристичної України. *Вісник Національного університету "Львівська політехніка"*. Серія "Проблеми економіки та управління", Volume 7, Number 2, Львів, 2023. С. 27-30.
4. Кудінова І.П., Хоруженко Л.Г. Креативні підходи до просування культурної спадщини України та туризму через сучасні сувеніри. *Journal of Lviv Polytechnic National University. Series of Economics and Management Issues*, Volume 8, Number 1, 2024. С. 75-90.

Науковий керівник: к. е. н., доцент Кудінова І. П.

### **ЗНАЧЕННЯ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ЗАЛІЗНИЧИХ ПЕРЕВЕЗЕНЬ У СФЕРІ ТУРИЗМУ**

**ГОЛОВНЮК Назар,**

*здобувач освітнього ступеня «Бакалавр»  
спеціальності «Туризм та рекреація»,  
Поліський національний університет, м. Житомир*

**ТИЩЕНКО Світлана,**

*к. е. н., доцент, кафедри економіки, підприємництва та туризму,  
Поліський національний університет, м. Житомир*

Залізничний транспорт у сучасному туризмі розвивається неоднозначно. З одного боку, його популярність знижується, поступаючись місцем авіації. Крім того, залізничні перевезення менш мобільні порівняно з автомобільним транспортом, вимагають розвиненої інфраструктури і не завжди є пріоритетними для всіх країн. Однак, з іншого боку, інновації в галузі сприяли відродженню інтересу до залізничних подорожей. Наприклад, розвиток швидкісних поїздів у Європі знову підвищив затребуваність залізничного транспорту, а поява «круїзних» маршрутів призвела до формування нового туристичного продукту - туристських поїздів.

Саме тому сьогодні необхідно визначити роль залізничного транспорту в туризмі, узагальнити думки спеціалістів і практиків щодо його значення як елемента ресурсного потенціалу території, проаналізувати затребуваність туристичних продуктів, що ґрунтуються на залізничних перевезеннях, а також виявити чинники, що впливають на їхню популярність на сучасному туристичному ринку.

В Україні розвиток залізничного туризму і пов'язаного з цим напрямом бізнесу мають серйозні перспективи, оскільки в країні є багато рекреаційних та лікувально-оздоровчих ресурсів та добре розвинена мережа залізниць, що дає можливість організації різноманітних за формою та змістом залізничних рекреаційних та лікувально-оздоровчих турів [1]. Сучасні тенденції розвитку залізничних перевезень у туризмі включають:

*Інноваційність* – залізничний транспорт є однією з найдинамічніших сфер, що розвивається як у технологічному, так і в концептуальному аспектах.

*Загальне зниження значущості* – у світовому масштабі спостерігається поступове зменшення ролі залізничних перевезень у туризмі.

*Розвиток швидкісного сполучення* – уніфікація залізничних систем у Європі та активне будівництво швидкісних ліній у різних країнах.

*Фокус на туристичні перевезення* – окрім регулярних рейсів, залізничні компанії активно залучають пасажирів, які подорожують із туристичною метою.

*Діджиталізація* – розвиток мобільних застосунків, систем бронювання та інтеграція залізничного транспорту в цифрові сервіси, що робить його доступним у будь-якому куточку світу.

*Розширення діяльності міжнародних операторів* – активний розвиток компаній, що спеціалізуються на швидкісних перевезеннях (наприклад, Thalys, Eurostar).

*Єдина тарифна система* – впровадження міжнародних проїзних квитків (Interrail), туристичних тарифів та спеціальних пропозицій.

*Екологізація* – впровадження екологічно чистих поїздів, таких як водневі у Німеччині, а також інтеграція залізничного транспорту з іншими екоформами пересування (наприклад, поєднання велосипедних маршрутів із залізничними перевезеннями у Великій Британії, що підтримується некомерційною організацією Sustrans).

Тренд на екологічність, сталий розвиток і орієнтацію на туризм призвів до запуску Міжнародним союзом залізничного транспорту у 2016 році проекту «TopRail» [5]. Його мета - створення єдиної системи управління туристичним сегментом пасажирських перевезень.

Цей проєкт сприяє просуванню залізничних туристичних продуктів, підвищуючи їхню впізнаваність і надаючи платформу для взаємодії між зацікавленими сторонами та клієнтами. Він також виступає як інформаційна база про залізничні можливості країн-учасників, їхню роль у туризмі та вплив на розвиток національного туристичного продукту.

Аналіз досвіду різних країн, включно з Україною, дав змогу виокремити ключові напрями використання залізничного транспорту в туризмі:

- ✓ засіб доставки туристів до місця відпочинку;
- ✓ екскурсійний транспорт;
- ✓ основа спеціалізованих залізничних туристичних маршрутів;
- ✓ елемент історико-культурної спадщини;
- ✓ інструмент забезпечення функціонування туристичних дестинацій.

Таким чином, залізничний транспорт посідає значуще місце в туристичних перевезеннях, однак, окрім своєї основної транспортної функції, він також слугує основою унікальних туристичних продуктів і сприяє створенню концептуальних туристичних просторів.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Юхновська Ю.О. Розвиток туристичних залізничних перевезень в Україні. *Мукачівський державний університет. Економіка і суспільство*. URL: [https://economyandsociety.in.ua/journals/13\\_ukr/53.pdf](https://economyandsociety.in.ua/journals/13_ukr/53.pdf)
2. Шацька З.Я., Акульшин М.І. Актуальні проблеми та перспективи розвитку сфери туризму в Україні. *Мукачівський державний університет. Економіка і суспільство*. URL: [https://economyandsociety.in.ua/journals/19\\_ukr/108.pdf](https://economyandsociety.in.ua/journals/19_ukr/108.pdf)
3. Транспортне забезпечення в туризмі. URL: [http://nnvc.nuczu.edu.ua/images/topmenu/kafedry/kafedra-menedzhmenta/Lekcii/Transportne\\_zabezpechennya\\_v\\_turizm.pdf](http://nnvc.nuczu.edu.ua/images/topmenu/kafedry/kafedra-menedzhmenta/Lekcii/Transportne_zabezpechennya_v_turizm.pdf)
4. Аріон О.В. Організація транспортного обслуговування туристів : навч. посіб. Київ, 2008. 192 с.
5. Подорожуйте Європою з 1 залізничним абонементом. URL: <https://www.interrail.eu/en>

Науковий керівник к. е. н., доцент Тищенко С. В.

## МАРКЕТИНГОВІ СТРАТЕГІЇ ЗАЛУЧЕННЯ ЄВРОПЕЙСЬКИХ ТУРИСТІВ В УКРАЇНУ

**ГОРНОСТАЙ Микита,**

*здобувач освітнього ступеня «Бакалавр»*

*спеціальності «Готельно-ресторанна справа»,*

*Київський національний університет технологій та дизайну, м. Київ*

Туристична індустрія України зазнала значних втрат через повномасштабне вторгнення РФ у 2022 році. У 2025 році, попри воєнний стан, перед галуззю стоїть завдання відновлення та залучення європейських туристів, враховуючи безпеку й адаптацію пропозицій до нових реалій. Європейці активно підтримують Україну, що відкриває можливості для розвитку волонтерського, військово-історичного та екологічного туризму, сприяючи економічному відновленню регіонів і популяризації культури.

Дослідження аналізує ефективні маркетингові стратегії залучення європейських туристів у період воєнного стану. Важливим є створення безпечних маршрутів у регіонах, віддалених від бойових дій (Закарпаття,

Львівщина, Буковина, Одещина), інформування туристів та формування туристичних кластерів із підвищеним рівнем безпеки. [2]

Перспективними напрямками є волонтерський туризм, що залучатиме іноземців до відбудови країни, меморіальний туризм із відвідуванням знакових місць боротьби (Буча, Ірпінь, Харків) та освітні тури (лекції, екскурсії, зустрічі з істориками й військовими). [3]

Цифровий маркетинг відіграє ключову роль у просуванні: соціальні мережі та інфлюенсери популяризують Україну серед європейців, віртуальні тури (VR/AR) дозволяють ознайомитися з безпечними локаціями, а SEO-просування й контент-маркетинг поширюють історії про відновлення країни.

Співпраця з європейськими туроператорами та транспортними компаніями включає розробку маршрутів із сусідніми країнами (Польща, Словаччина, Угорщина, Румунія), просування бюджетних авіаперельотів і залізничних перевезень, а також запуск міжнародних рекламних кампаній [1].

Культурний і гастрономічний туризм сприятимуть позитивному іміджу України. Організація фестивалів, гастрономічних турів та популяризація української кухні в Європі допоможуть привабити туристів, а підтримка локальних виробників сприятиме експорту автентичної продукції. Ефективне залучення європейських туристів можливе через інтегровану маркетингову стратегію, що поєднує безпеку, цифрові технології, міжнародну співпрацю та культурну унікальність України, сприяючи відновленню туризму та міжнародній підтримці країни.

Встановлено, що попри воєнний стан, існують можливості для розвитку туристичного сектору України, особливо в нішах волонтерського, культурного та екологічного туризму. Визначено, що безпека залишається головним фактором для іноземних туристів, а ефективна комунікація та цифровий маркетинг можуть сприяти подоланню їхніх побоювань. Обґрунтовано, що ключовими інструментами залучення європейських туристів є соціальні мережі, співпраця з міжнародними партнерами та акцент на унікальність української культури та історії.

Попри складні обставини, туристична галузь України має значний потенціал для залучення європейських туристів. Використання сучасних маркетингових інструментів, розвиток волонтерського та культурного туризму, а також тісна співпраця з європейськими партнерами дозволять сформувати новий імідж України як країни, що бореться, розвивається та зберігає свою унікальність.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Серета Н. Маркетинг і брендинг у туризмі: стратегії просування та конкурентоспроможність туристичних напрямків // *Економіка та суспільство*. 2024. № 58. URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/3219> (дата звернення: 19.02.2025).
2. Тимошенко Т., Богославець О., Шевчук О. Європейський досвід залучення зацікавлених сторін в проєктній діяльності організацій з управління

туристичними дестинаціями: приклад Швеції для України // *Економіка та суспільство*. 2024. № 52. URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/2515> (дата звернення: 19.02.2025).

3. Україна майбутнього: як розкрити потенціал міст // *Mind.ua*. 2024. URL: <https://mind.ua/publications/20232500-ukrayina-majbutnogo-yak-rozkriti-potencial-mist> (дата звернення: 19.02.2025).

## СМАРТ-ТУРИЗМ ЯК СУЧАСНИЙ ТРЕНД У РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНОЇ ІНДУСТРІЇ УКРАЇНИ

**ГРИГОРЧИК Олександра,**

*здобувачка освітнього ступеня «Бакалавр»*

*спеціальності «Туризм і рекреація»,*

*Національний університет біоресурсів і природокористування України, м. Київ*

Сучасна туристична індустрія зазнає суттєвих змін під впливом цифрових технологій. Смарт-туризм є одним із найважливіших трендів, що сприяє підвищенню якості послуг, зручності подорожей та ефективному використанню туристичних ресурсів. В Україні цей напрямок поступово розвивається, адаптуючи світовий досвід до національних реалій.

Смарт-туризм – це концепція, що передбачає використання цифрових технологій, штучного інтелекту, інтернету речей (IoT), великих даних (Big Data) та інших інновацій для покращення туристичного досвіду. Важливим аспектом смарт-туризму є його інтеграція в міську інфраструктуру та туристичні сервіси для створення більш зручного та безпечного середовища для туристів. Основними характеристиками є:

- інтеграція цифрових технологій у туристичні послуги, що дозволяє підвищити ефективність роботи туристичних операторів та покращити якість обслуговування;
- персоналізація подорожей за допомогою штучного інтелекту, що дозволяє туристам отримувати індивідуальні рекомендації щодо маршрутів, закладів харчування, готелів тощо;
- інтерактивна взаємодія туристів із культурною спадщиною через AR (доповнену реальність) та VR (віртуальну реальність), що створює унікальні можливості для пізнання історії та культури;
- безконтактні платежі та електронні сервіси для бронювання та навігації, що спрощує процеси планування та здійснення подорожей;
- гейміфікація туристичних маршрутів, що підвищує залученість туристів та робить подорожі більш цікавими;
- екологічність та сталий розвиток, що включає використання енергоефективних технологій, цифрових гідів та екологічно чистих транспортних засобів [1].

Завдяки цим характеристикам смарт-туризм сприяє створенню комфортного, безпечного та сучасного туристичного середовища, що позитивно впливає на розвиток галузі в Україні та світі.

Глобальна туристична індустрія активно впроваджує цифрові рішення для оптимізації процесів та покращення комфорту туристів. Провідні міста, такі як Барселона, Сінгапур, Амстердам та Токіо, успішно реалізують концепцію «розумного міста» для туризму, використовуючи:

- інтерактивні карти та мобільні додатки для навігації;
- штучний інтелект для аналізу туристичних потоків;
- VR-екскурсії та гейміфікацію для залучення нових туристів [2].

В Україні смарт-туризм знаходиться на етапі становлення, проте вже є кілька позитивних кейсів:

Київ – впровадження інтерактивних гідів, мобільних додатків для самостійних екскурсій, туристичних чат-ботів;

Львів – розвиток AR-технологій для доповненої реальності в музеях, використання електронних квитків для туристичних об'єктів;

Одеса – застосування QR-кодів для туристичних маршрутів та інтеграція цифрових сервісів у міську інфраструктуру.

Також варто відзначити державні ініціативи, спрямовані на цифровізацію туризму, зокрема розвиток онлайн-платформ для бронювання екскурсій та створення національної туристичної системи.

Попри позитивні тенденції, в Україні існує низка бар'єрів для розвитку смарт-туризму:

- недостатня цифрова інфраструктура в регіонах;
- низький рівень цифрової грамотності серед туристичного бізнесу;
- фінансові обмеження для впровадження технологічних інновацій.

Перспективи розвитку смарт-туризму, на сьогоднішній день, можна виділити такі:

- створення національної цифрової туристичної платформи;
- інтеграція смарт-рішень у готельно-ресторанний бізнес;
- впровадження AI та Big Data для аналізу туристичних потоків;
- міжнародна співпраця для залучення інвестицій та обміну досвідом.

Смарт-туризм є потужним інструментом підвищення конкурентоспроможності туристичної індустрії України. Використання цифрових технологій дозволить не лише покращити якість туристичних послуг, а й зробити Україну привабливішою для міжнародних туристів. Для досягнення успіху необхідно об'єднати зусилля держави, бізнесу та наукової спільноти для впровадження ефективних смарт-рішень у туристичній сфері. Важливими напрямками подальшого розвитку є розширення доступу до цифрових сервісів для всіх категорій туристів, модернізація інфраструктури та підвищення рівня цифрової грамотності працівників туристичної сфери. Інноваційний підхід до туризму сприятиме створенню унікального іміджу України як сучасної та технологічно розвиненої туристичної дестинації.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Кучай О. Інтернет-технології та міжнародний туристичний бізнес. Вісник Київського національного лінгвістичного університету. Серія Економіка, 2021. № 26. С. 44–56.
2. Гуржій Н. М., Кретинко, А. В. Інноваційні технології в туристичній індустрії. Сталий розвиток економіки. 2020. № 3(20). С. 221-224.

Науковий керівник: д. е. н., професор Мельниченко С. В.

### **БРЕНД ЛОКАЛЬНИХ ДЕСТИНАЦІЙ УКРАЇНИ: УНІКАЛЬНІСТЬ, ІДЕНТИЧНІСТЬ ТА СТРАТЕГІЯ ПРОСУВАННЯ**

**ГРИШКО Валерія,**

*здобувачка освітнього ступеня «Бакалавр»*

*спеціальності «Туризм та рекреація»,*

*Національний університет біоресурсів і природокористування України, м. Київ*

Розвиток туристичного бренду локальних destinations є важливим фактором їхньої конкурентоспроможності на міжнародному ринку. У сучасних умовах глобалізації ефективне формування та просування бренду сприяє залученню туристів, інвесторів і партнерів. Україна має значний туристичний потенціал, проте локальні destinations потребують чіткої ідентичності, яка відобразить їхню унікальність та сприятиме створенню впізнаваного бренду.

Кожна локальна destination України має свої природні, культурні, гастрономічні та історичні особливості, які можуть стати основою бренду. Визначальними елементами унікальності можуть бути:

- природні ландшафти (Карпати, Подільські Товтри, Тузлівські лимани);
- культурна спадщина (автентичні народні традиції, ремесла, архітектурні пам'ятки);
- гастрономічні особливості (гуцульська кухня, одеська гастросцена, подільські вина);
- історичні події та легенди, що створюють неповторний наратив [1].

Збереження та розвиток цих особливостей є ключовим завданням у формуванні автентичного бренду.

Бренд destination повинен викликати чіткі асоціації та емоції у цільовій аудиторії. Для цього необхідно розробити:

- візуальну ідентичність (логотип, слоган, кольорова гама, сувенірна продукція);
- емоційну складову (історії, що формують довіру та інтерес туристів);

- позиціонування (чітке визначення місця дестинації на туристичній мапі світу);
- аутентичний наратив (легенди, культурні коди, унікальні туристичні продукти).

Важливо, щоб бренд передавав ключові цінності дестинації: гостинність, традиційність, екологічність, автентичність тощо.

Для ефективного просування бренду локальних дестинацій України необхідно використовувати комплексний підхід (таблиця).

*Таблиця*

### Стратегії розвитку туристичного бренду

Категорія	Заходи
Цифровий маркетинг та соціальні мережі	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ створення якісного контенту (відео, блоги, фотоісторії, інтерактивні карти);</li> <li>✓ співпраця з тревел-блогерами, інфлюенсерами та ЗМІ;</li> <li>✓ активне використання платформ TikTok, Instagram, YouTube для візуального контенту</li> </ul>
Гастрономічний та культурний туризм як елементи бренду	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ організація міжнародних гастрономічних та культурних фестивалів;</li> <li>✓ створення крафтових сувенірів, що передають ідентичність регіону;</li> <li>✓ співпраця з відомими шеф-кухарями для популяризації місцевої кухні</li> </ul>
Участь у міжнародних туристичних виставках та форумах	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ презентація регіонів на міжнародних заходах;</li> <li>✓ розвиток партнерств із міжнародними туристичними компаніями;</li> <li>✓ залучення української діаспори для просування бренду за кордоном</li> </ul>
Державна підтримка та залучення інвесторів	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ розробка державних програм підтримки розвитку локального туризму;</li> <li>✓ стимулювання інвестицій у туристичну інфраструктуру;</li> <li>✓ створення якісних маркетингових кампаній на державному рівні</li> </ul>

Джерело: сформовано автором на основі [2, 3]

Формування бренду локальних дестинацій України вимагає комплексного підходу, що включає збереження унікальності, чітку ідентичність та ефективні стратегії просування. Використання цифрових технологій, розвиток гастрономічного та культурного туризму, активна участь у міжнародних заходах сприятимуть глобальному визнанню українських туристичних дестинацій. Розвиток сильного туристичного бренду дозволить Україні не лише приваблювати туристів, а й підвищувати конкурентоспроможність на міжнародному ринку.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Кудінова І. П. Концептуальні засади брендингу у діяльності туристичних підприємств / І.П. Кудінова // Туристичний бренд як фактор формування позитивного іміджу України на світовому ринку : [Електронне видання] : Зб. матер. II Всеукр. наук.-практ. інтернет конф. (Львів, 20 лютого 2020 р.) / Міністерство освіти і науки України, Львівський інститут економіки і туризму. – Львів : ЛІЕТ, 2020. – С. 158–159.
2. Кудінова І.П., Красюк І.Г. Розвиток туристичного бізнесу в період пандемії // Біоекономіка і аграрний бізнес. Вип. 11 , № 4. – К., 2020 – С. 36-42.
3. Хитра О. Туристичний брендинг в умовах економіки вражень. Економіка та суспільство. 2022. № 42. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-42-64>

Науковий керівник к. е. н., доцент Кудінова І. П.

### СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ ТА ПРОБЛЕМИ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ У ТУРИСТИЧНОМУ БІЗНЕСІ

**ГРИШКО Владислава,**

*здобувачка освітнього ступеня «Бакалавр»*

*спеціальності «Туризм та рекреація»,*

*Національний університет біоресурсів і природокористування України, м. Київ*

У наш час для збереження конкурентоспроможності, розвитку та одержання прибутку, керівництво туристичного підприємства повинно оптимізувати віддачу від вкладень будь-яких ресурсів: матеріальних, фінансових і головне – людських. Турбота про людей у компанії, загальна філософія, клімат і настрої обов'язково відбивається на результатах.

Управління персоналом – це діяльність організації, спрямована на ефективне використання людей (персоналу) для досягнення цілей як організації, так і індивідуальних (особистих) [1].

Механізм розроблення технології управління персоналом на підприємстві являє собою процес проектування взаємодії як з колективом досліджуваного суб'єкта господарювання, так і з оточуючим бізнес-середовищем при організації виробничих процесів та реалізації кінцевої продукції. Управлінські технології являють собою інструмент сучасного менеджменту, який допомагає при виборі оптимального процесу управління та є науковим описом способів ефективної управлінської діяльності [2].

За організованим колективом завжди стоїть менеджер, який здатний визначати і ставити чіткі завдання, справедливо і розумно розподіляти обов'язки між працівниками туристичної фірми, визначати час, який потрібний для реалізації цих завдань, забезпечувати інформацією і відповідними технічними засобами персонал, відокремлювати послідовність виконання завдань залежно від їх важливості і строку виконання.

Але все ж таки підприємства сфери туризму та індустрії гостинності більшості країн світу у своїй діяльності мають низку проблем, пов'язаних з управлінням персоналом – це досить низький рівень заробітної плати, нестача кваліфікованої робочої сили; надмірна залежність від неформальних методів вербування персоналу; практично відсутні профспілки; високий рівень плинності робочої сили та труднощі в наборі й утриманні співробітників [3].

Проте, на нашу думку, в останні роки сучасний менеджмент створює передумови для вирішення всіх найважливіших проблем. Серед його можливостей: поліпшення професійної підготовки співробітників, підвищення рівня заробітних плат, ретельніше ставлення великих компаній до кваліфікованих працівників тощо.

Новітні технології в управлінні персоналом (HR-технології) — це сукупність цифрових інструментів, програмних рішень і підходів, які використовуються для автоматизації та оптимізації процесів управління людськими ресурсами в організації. Сучасні туристичні компанії все частіше впроваджують новітні підходи до управління персоналом [4]. Серед актуальних тенденцій можна виділити наступні (таблиця).

*Таблиця*

### **Сучасні тенденції в управлінні персоналом туристичних компаній**

Тенденція	Опис	Переваги
Діджиталізація управління персоналом	Використання HR-програм та платформ для автоматизації процесів управління кадрами (рекрутинг, адаптація, навчання, оцінка ефективності)	- зменшення витрат часу та ресурсів; - підвищення ефективності HR-процесів; - покращення аналітики та прийняття рішень
Гнучкі умови праці	Запровадження дистанційної або змішаної роботи для певних категорій працівників	- підвищення лояльності та продуктивності працівників; - розширення географії найму; - зниження витрат на офіс
Корпоративна культура та мотивація	Створення сприятливого психологічного клімату, впровадження нематеріальних методів стимулювання (корпоративні заходи, система внутрішнього визнання та підтримки)	- підвищення задоволеності та мотивації працівників; - зміцнення командного духу; - зниження плинності кадрів
Навчання та розвиток	Постійне підвищення кваліфікації працівників, організація тренінгів, вебінарів та курсів	- підвищення рівня обслуговування клієнтів; - підвищення конкуренто-спроможності компанії; - розвиток потенціалу працівників
Сталий розвиток і соціальна відповідальність	Приділення уваги питанням екологічної та соціальної відповідальності, що впливає на корпоративну культуру та імідж роботодавця	- покращення іміджу компанії; - залучення та утримання соціально відповідальних працівників; - внесок у сталий розвиток

Джерело: сформовано автором на основі [2]

Таким чином, ефективне управління персоналом у туристичному бізнесі – це ключовий фактор успішного функціонування підприємства. Використання сучасних технологій, орієнтація на розвиток співробітників та створення сприятливого робочого середовища дозволяє мінімізувати кадрові ризики, підвищити ефективність праці та сприяти зростанню туристичних компаній у конкурентному середовищі.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Семенов В.Ф., Нечева Н.В. Макроекономічний контекст ефективного управління персоналом підприємств курортно-рекреаційної сфери: монографія. Одеса: Бондаренко М.О., 2019. 258 с.
2. Впровадження інноваційних технологій управління персоналом. URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/904/867>
3. Управління персоналом у туристичних підприємствах. URL: [https://tourlib.net/statti\\_ukr/gavryljuk5.htm](https://tourlib.net/statti_ukr/gavryljuk5.htm)
4. Mohylova, A., Grybyk, I., Hlivinska, Y., Kudinova, I., Stepanenko, M., Torishnya, L. (2021). Estimation of enterprise's investment attractiveness in the conditions of development. Estudios de Economia Aplicada, 39 (5).

Науковий керівник: к. е. н., доцент Кудінова І. П.

## САМОМЕНЕДЖМЕНТ ЯК ІНСТРУМЕНТ ЄВРОІНТЕГРАЦІЙНИХ ПРОЦЕСІВ В УПРАВЛІННІ ТУРИСТИЧНИМИ ПІДПРИЄМСТВАМИ

**ДЯЧЕНКО Мирослава,**

*здобувачка освітнього ступеня «Бакалавр»  
спеціальності «Туризм і рекреація»,*

*Національний університет біоресурсів і природокористування України, м. Київ*

Самоменеджмент є важливим інструментом у процесі управління туристичними підприємствами, особливо в умовах євроінтеграційних процесів. Зростаюча конкуренція на міжнародному ринку та необхідність адаптації до високих стандартів управління вимагають від українських підприємств впровадження нових підходів до управління персоналом. Це включає не тільки розв'язання традиційних організаційних задач, але й інтеграцію в робочі процеси сучасних методів самоменеджменту, що сприяє розвитку персональної продуктивності співробітників, оптимізації бізнес-процесів та покращенню якості обслуговування клієнтів.

Самоменеджмент як складова ефективного управління персоналом виявляється у здатності працівників самостійно організовувати свою діяльність, раціонально використовувати час, управляти стресом та ефективно взаємодіяти з колегами. Важливою складовою є розвиток «soft skills», таких як

комунікаційні навички, емоційний інтелект, лідерські якості, що сприяють створенню гармонійної атмосфери в команді. Досвід провідних європейських компаній показує, що вивчення та впровадження програм самоменеджменту сприяє підвищенню рівня задоволеності клієнтів на 20-30% та збільшенню продуктивності на 15-18% [1]. Крім того, впровадження таких практик дозволяє значно знизити рівень стресу серед персоналу, що сприяє кращому моральному клімату і, відповідно, зменшує плинність кадрів.

Аналіз діяльності українських туристичних компаній показує, що багато з них ще не достатньо уваги приділяють розвитку самоменеджменту серед своїх працівників. За даними досліджень, лише 22% українських туристичних компаній впроваджують програми з тайм-менеджменту та управління стресом для свого персоналу, що значно нижче, ніж у європейських країнах [1]. Це ускладнює адаптацію підприємств до міжнародних стандартів, що вимагають не тільки високого професіоналізму, а й здатності до швидкої адаптації в умовах змінного ринку. Саме тому для підвищення ефективності управління персоналом в Україні необхідно запровадити комплексні навчальні програми, спрямовані на розвиток навичок самоменеджменту, а також інтегрувати європейські підходи до управлінської практики в туристичному бізнесі.

Впровадження програм самоменеджменту не лише підвищує рівень особистої продуктивності співробітників, а й оптимізує загальні бізнес-процеси підприємства. За результатами досліджень, підприємства, які активно використовують методи самоменеджменту, демонструють кращі фінансові результати. Наприклад, вітчизняні компанії, що впровадили програми тайм-менеджменту та розвитку емоційного інтелекту серед своїх працівників, збільшили рівень задоволеності клієнтів на 15-20%, а також зменшили витрати на організацію робочих процесів на 10%. Водночас значне покращення ефективності відзначається в компаніях ЄС, де після введення самоменеджменту підприємства підвищили продуктивність праці на 18%, а рівень стресу серед персоналу знизився на 12% [1].

Для України є важливою розробка спеціальних тренінгових програм, що допоможуть співробітникам туристичних компаній ефективно керувати своїм часом і мотивацією. В умовах євроінтеграції особливу увагу слід приділяти розвитку лідерських якостей та емоційного інтелекту, оскільки це дозволяє співробітникам не тільки більш ефективно працювати, але й швидко адаптуватися до змін на ринку. Крім того, варто інтегрувати елементи самоменеджменту в навчальні програми закладів вищої освіти, що дозволить випускникам бути більш конкурентоспроможними на міжнародному ринку праці [2].

Таким чином, самоменеджмент є важливим інструментом підвищення ефективності туристичних підприємств України в умовах євроінтеграції. Впровадження європейських підходів до самоменеджменту в управлінні персоналом дозволяє не лише підвищити продуктивність, а й покращити якість надання туристичних послуг, що, в свою чергу, впливає на конкурентоспроможність українських компаній на міжнародному ринку. Тому інтеграція програм самоменеджменту є необхідною умовою для розвитку туристичної галузі України в рамках євроінтеграційних процесів.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Білик, В., Шпильова, В., & Ангельська, В. (2024). Впровадження практик самоменеджменту для покращення корпоративної культури. *Herald of Khmelnytskyi National University. Economic Sciences*, 334(5), 26-32. URL: <https://doi.org/10.31891/2307-5740-2024-334-4>
2. Антонюк, К. (2024). Роль соціально-психологічних методів менеджменту у формуванні корпоративної культури туристичного підприємства. *Економіка та суспільство. Економіка та суспільство*, (65). URL: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2024-65-26>

Науковий керівник: д. е. н., професор Мельниченко С. В.

### **БЕЗПЕКА НА КРУЇЗНИХ ЛАЙНЕРАХ: СУЧАСНІ СТАНДАРТИ ТА ВИКЛИКИ**

**ЄМЕЦЬ Андрій,**

*здобувач освітнього ступеня «Бакалавр»  
спеціальності «Готельно-ресторанна справа»,  
Миколаївський національний аграрний університет, м. Миколаїв*

Круїзний туризм - це форма розкішної подорожі, в якій пасажери проводять 24 години або більше на круїзному лайнері, що працює за системою «все включено», з фіксованим маршрутом, на якому круїзний лайнер заходить у кілька портів і міст. Круїзний туризм характеризується великою кількістю людей, які відвідують одне й те саме місце в один і той самий час. Цей вид туризму популярний у всьому світі, але може мати серйозний вплив на навколишнє природне середовище і має обмежені економічні вигоди для приймаючої сторони.

Безпека круїзних лайнерів є одним з найважливіших аспектів довіри пасажирів до цього виду транспорту. Сучасні стандарти безпеки були розроблені на основі міжнародних норм і досвіду попередніх аварій. Водночас, розвиток круїзного судноплавства ставить нові виклики, що вимагають відповідної адаптації та вдосконалення систем безпеки.

Основні загрози для круїзних лайнерів - це пожежа та перекидання. За останнє десятиліття було кілька випадків пожеж на круїзних лайнерах. Однак, враховуючи мільйони круїзів, які відбуваються щороку, такі інциденти трапляються вкрай рідко[1].

Суворий нагляд відбувається з боку берегової охорони: регулярні перевірки всіх суден, контроль за дотриманням всіх вимог управління в надзвичайних ситуаціях. Існує також Міжнародна конвенція з охорони людського життя на морі (SOLAS), яка регулює все - від протипожежного захисту до

навігації та безпеки на морі. Кілька років тому Міжнародна асоціація круїзних компаній прийняла білль про права пасажирів круїзної індустрії, який гарантує права пасажирів і покладає на круїзні лайнери відповідальність за їхній комфорт, безпеку та обслуговування.

Звичайно, потрібно пам'ятати, що круїзний лайнер - це як великий готельний комплекс. Дітей потрібно тримати в полі зору і проінструктувати про те, що робити, якщо вони загубилися на палубі. Всі цінні речі слід зберігати в сейфі. Крім того, повинні проходити інструктаж навчальної тривоги в день посадки.

На основі багаторічного дослідження, проведеного організацією, ЮНЕСКО заявила, що морські круїзи є найбезпечнішим видом відпочинку у світі[2].

У будівництві сучасних круїзних лайнерів використовуються всі інновації та останні досягнення науки і техніки. Тому круїзні компанії можуть без перебільшення стверджувати, що океанські круїзи - це найбезпечніший відпочинок.

Основою максимального комфорту пасажирів у морі за будь-яких погодних умов є система стабілізації качки. Сучасне пасажирське судно немислиме без системи стабілізації. Саме вона забезпечує стійкість і плавність ходу круїзного лайнера, щоб пасажирів могли подорожувати з комфортом і без морської хвороби. Стабілізатори крену круїзного лайнера - це складні високотехнологічні системи, функціональність яких можна порівняти з системами, що контролюють положення космічного корабля.

Система стабілізації складається з декількох елементів. Перший - це баластні цистерни в нижній частині корпусу лайнера. Сучасні лайнери мають невелику осадку менше 8 метрів і висоту корпусу близько 50 метрів над водою. Заповнення баластних цистерн водою знижує центр ваги і робить лайнер більш стійким.

По-друге, є стабілізуючі підводні крила. Вони розташовані по центру кожного борту лайнера і можуть рухатися вгору і вниз у протилежній фазі хвиль. Завдяки підводним стабілізаторам лайнер може зберігати своє початкове положення відносно горизонту і уникати симптомів морської хвороби. Замість крил, а іноді і разом з ними, іноді використовується рухомий баласт. Це величезні металеві противаги вагою до 100 тонн, які рухаються по рейках і не дають пасажирському судну розгойдуватися.

По-третє, система стабілізації має комп'ютерний «мозок», який за допомогою гіроскопів оцінює відхилення круїзного лайнера від горизонту і активує відповідні механізми. Підводні стабілізатори на сучасних круїзних лайнерах знімаються в спокійних водах і деактивуються лише тоді, коли хитація стає значною. Більші, сучасніші круїзні лайнери мають більш складні та досконалі системи стабілізації.

Другим важливим фактором, що гарантує комфорт і безпеку пасажирів, є надсучасна система супутникової навігації на борту круїзних лайнерів. Це дозволяє капітану і команді повністю контролювати будь-яку ситуацію і приймати своєчасні рішення. Простіше кажучи, якщо оголошено штормове попередження, круїзний лайнер просто залишається в спокійних водах або, навпаки, прискорюється і рухається в більш спокійні води.

Третій фактор, який впливає на сприйняття круїзів на морі, полягає в тому, що якщо політична ситуація в регіоні порушується, на відміну від наземного курорту, лайнер може швидко відійти на безпечну відстань, так би мовити, і відплисти подалі від проблеми або зайти в альтернативний порт[3].

Питання епідеміологічної безпеки стали особливо актуальними після пандемії COVID-19. Випадки вірусних спалахів на круїзних лайнерах показали, що існуючі протоколи потребують вдосконалення. Поточні заходи включають регулярну дезінфекцію судна, вдосконалення систем вентиляції, огляд пасажирів перед посадкою та обмеження максимальної кількості пасажирів на борту.

Отже, безпека круїзних лайнерів - це багатовимірне питання, що включає технічні, організаційні та соціальні аспекти. Впровадження новітніх технологій, дотримання міжнародних стандартів і адаптація до сучасних викликів можуть допомогти підтримувати високий рівень безпеки пасажирів і екіпажу. Однак з розвитком круїзної індустрії заходи безпеки потребують постійного вдосконалення з урахуванням нових ризиків і загроз.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. INFLOT. Inflot Cruise & Ferry Ukraine. URL: <https://inflatcruises.com/ua/news/view/novye-mery-bezopasnosti-v-kruize> Дата звернення : 27.02.2025.
2. Center Cruises. URL: <https://center.cruises.uk/blog-are-sea-liners-safe-2/> Дата звернення : 26.02.2025.
3. Gates Group. URL: <https://4gates.com.ua/ukr/news/89/?srsltid=AfmBOorzEwCOc3n6P0LvFttlucttaEDln2UsKcLwsH0NtE9sf-0xWoE6> Дата звернення : 27.02.2025.

Науковий керівник: д. філос. наук, професор Гарбар Г. А.

## ПРОМОЦІЯ КУЛЬТУРНО-ПІЗНАВАЛЬНОГО ТУРИЗМУ В ІТАЛІЇ

**ЄРМОЛАЄВА Катерина,**

*здобувачка освітнього ступеня «Бакалавр»*

*спеціальності «Туризм і рекреація»,*

*Національний університет біоресурсів і природокористування України, м. Київ*

Промоція туризму забезпечує успіх цієї галузі завдяки використанню інструментів комунікаційного маркетингу, які підвищують впізнаваність бренду та залучають споживачів до туристичних продуктів і послуг. Ефективне просування туризму базується на глибокому розумінні потреб клієнтів, створенні відповідних туристичних продуктів і використанні сучасних методів реклами та взаємодії [1].

Цифровий маркетинг (з англ. digital marketing) – це використання всіх можливих форм цифрових каналів для просування бренда або продукту. Головна мета цифрового маркетингу – залучення цільової аудиторії, побудова довготривалих відносин з клієнтами та збільшення продажів [1].

Італія – це країна, де культурна та природна спадщина поєднуються, щоб створити унікальні можливості для туризму. Географічне розташування та історичне багатство роблять її однією з найпопулярніших туристичних дестинацій у світі. Італія активно сприяє розвитку сталого туризму через впровадження екологічних ініціатив та підтримку культурної спадщини. Туристична галузь Італії динамічно зростає, що, з одного боку, сприяє економіці, але з іншого – створює навантаження на популярні локації.

Італія активно залучає молодь та корпоративний сектор, адаптуючи свої послуги для різних сегментів туристів. Ініціативи, як проєкт "Будинки за 1 євро" та "Відкрийте для себе Італію, яку ви не знали", спрямовані на підтримку малозаселених регіонів і розвантаження популярних туристичних напрямків. Поряд із конкуренцією від інших країн та викликами, пов'язаними з інфраструктурними обмеженнями, Італія зосереджує зусилля на інноваційному підході до маркетингу та модернізації інфраструктури.

Згідно з дослідженням Future Market Insights, туристична індустрія Італії демонструє стрімке зростання. Очікується, що до кінця 2024 року її обсяг сягне 27,3 мільярда доларів США, а до 2034 року зросте до вражаючих 51,2 мільярда доларів США. Це означає середньорічний темп зростання 6,5% протягом наступних десяти років [2].

Проте, є фактори, що суттєво гальмують зростання:

- перенаселеність та масовий туризм. Високий рівень відвідувачів може призвести до негативних вражень і зменшення інтересу до Італії;
- обмеження інфраструктури. Нестача інфраструктурних ресурсів може обмежити доступ до певних туристичних місць;
- конкуренція з іншими напрямками. Інші популярні туристичні напрямки можуть відвертати потоки туристів від Італії;
- проблеми збереження культури. Погіршення умов культурної спадщини може знизити привабливість для мандрівників.

Таким чином, зусилля уряду, бізнесу та громадськості Італії мають бути спрямовані на покращення туристичної інфраструктури, впровадження практик сталого туризму, активне збереження культурної спадщини і створення інноваційних програм, які забезпечуватимуть унікальні й автентичні враження для туристів.

Однією з ключових стратегій просування може стати регіон Умбрія. Незважаючи на меншу популярність, він має великий туристичний потенціал завдяки багатій культурній спадщині, мальовничим пейзажам, середньовічним містам та унікальним гастрономічним традиціям. Загалом, стратегія розвитку туризму в Умбрії ґрунтується на збереженні культурної спадщини, впровадженні новітніх технологій та сталому розвитку.

Створення різноманітних гастрономічних маршрутів. Розробка маршрутів, що дозволяють туристам насолодитися унікальними смаками Умбрії та

познайомитися з місцевими кулінарними традиціями. В цьому регіоні досі збереглися традиційні страви та способи приготування.

Розроблення історико-культурних маршрутів. Створення турів, що проходять через найважливіші історичні та культурні пам'ятки регіону. Якісні та цікаві програми зможуть привабити мандрівників будь-якого віку та з різних країн.

Створення маршрутів, що дозволяють туристам насолодитися красою природи Умбрії та познайомитися з її природним багатством. Екотуристи або свідомі подорожуючі залюбки відвідають національні парки, ліси, долини та інші природні об'єкти.

Створення інтерактивних музейних експозицій. Використання сучасних технологій для створення захопливих та інформативних виставок.

Залучення іноземних туристів шляхом партнерства з міжнародними маркетинговими агентствами для проведення масштабних рекламних кампаній в соціальних мережах та на популярних туристичних порталах.

У цілому, просування туризму в Умбрії можна вважати ефективним завдяки комплексним заходам. Однак, для забезпечення успіху необхідні додаткові кроки в напрямку сталого розвитку та стимулювання повторних візитів.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Глушко В. Просування туристичних послуг. Зовнішня торгівля: економіка, фінанси, право. № 1. 2018. С. 86-96.
2. Italy Tourism Industry Analysis from 2024 to 2034. URL: <https://www.futuremarketinsights.com/reports/italy-tourism-market> (дата звернення 27.10.2024)

Науковий керівник: д. е. н., професор Мельниченко С. В.

## МОЖЛИВОСТІ ВИКОРИСТАННЯ ПРИРОДНО-ЗАПОВІДНИХ ОБ'ЄКТІВ У РЕКРЕАЦІЙНІЙ ДІЯЛЬНОСТІ

**ЗЮКОВА Аня,**

*здобувачка освітнього ступеня «Бакалавр»  
спеціальності «Туризм та рекреація»,*

*Криворізький державний педагогічний університет, м. Кривий Ріг*

При організації рекреаційної діяльності, складовими якої, на думку В. І. Новикової, є туристська, екскурсійна, санаторно-курортна діяльність і відпочинок в межах поселення постійного місця проживання або поза ним, базу/основу становлять рекреаційно-туристські ресурси, що в свою чергу за

походженням О. О. Бейдик поділяє на: 1) антропогенні або історико-культурні; 2) природні; 3) природно-антропогенні, тобто об'єкти та території природно-заповідного фонду (ПЗФ) України.

До останньої групи належать ресурси як суто природного походження, так штучно створені людиною у природі і можуть мати місцеве, загальнодержавне або міжнародне (біосферні заповідники) значення. Аналіз визначень категорій ПЗФ, представлений у Законі України «Про природно-заповідний фонд України» № 2456-ХІІ від 16.06.1992, показав [2], що не всі вони у повній мірі можуть використовуватись у рекреаційній діяльності, бо тільки в деяких із них (національні природні парки, регіональні ландшафтні парки, пам'ятки природи, парки-пам'ятки садово-паркового мистецтва, дендрологічні парки, ботанічні сади, зоологічні парки) наявні відповідні необхідні аспекти (рис. 1).

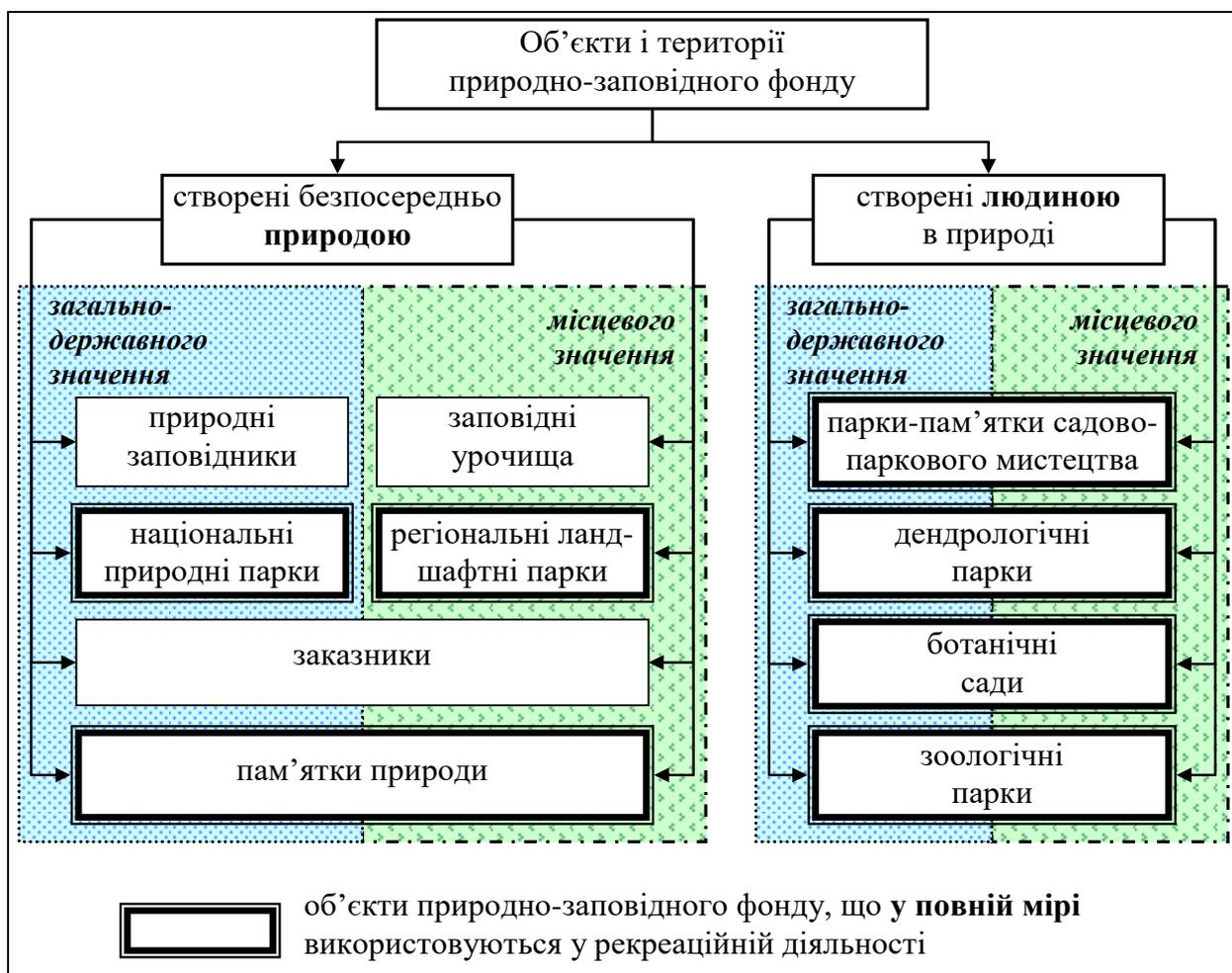


Рис. 1. Об'єкти природно-заповідного фонду України та їхнє використання у рекреаційній діяльності (В.І. Новикова, 2016) [2]

Такі ж об'єкти, як природні заповідники, заповідні урочища, заказники, зважаючи на ступінь суворості їхнього заповідного режиму, площу території, специфіку всього природного комплексу й окремих складових, також можуть, хоча й обмежено, залучатися до деяких видів рекреації, перелік напрямів яких наводиться у [1] та подається В.І. Новиковою у вигляді схеми (рис. 2).

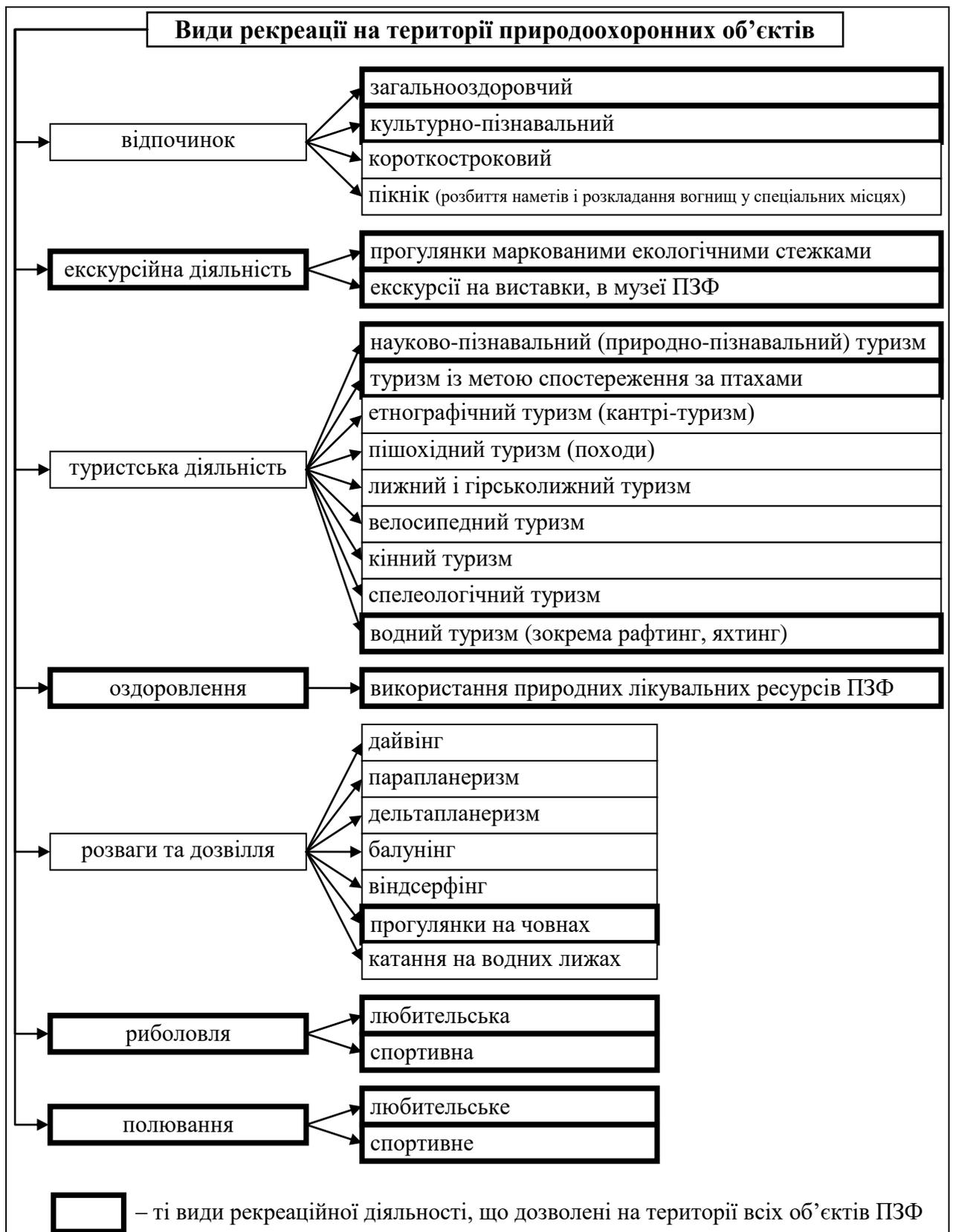


Рис. 2. Можливі види рекреаційної діяльності, здійснювані на території об'єктів природно-заповідного фонду (В.І. Новикова, 2016 [2]; з доповненнями автора)

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Положення про рекреаційну діяльність у межах територій та об'єктів природно-заповідного фонду України, затверджене Наказом Міністерства охорони навколишнього природного середовища України № 330 від 22.06.2009. URL: zakon.rada.gov.ua.
2. Новикова В.І. Використання природоохоронних об'єктів у рекреаційній діяльності. *Тенденції та перспективи розвитку науки і освіти в умовах глобалізації : матер. XIX Міжнар. наук.-практ. Інтернет-конф. (30 лист. 2016 р., м. Переяслав-Хмельницький). Переяслав-Хмельницький, 2016. Вип. 19. С. 55–59.* URL: [https://tourlib.net/statti\\_ukr/novykova4.htm](https://tourlib.net/statti_ukr/novykova4.htm)

Науковий керівник: к. геогр. н., доцент В. І. Новикова

### **ТЕРАПЕВТИЧНІ ПРАКТИКИ ЯК ЧИННИК РОЗВИТКУ СІЛЬСЬКОГО ЗЕЛЕНОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ**

**КИРИЧЕНКО Катерина,**

*здобувачка освітнього ступеня «Бакалавр»*

*спеціальності «Туризм та рекреація»,*

*Національний університет біоресурсів і природокористування України, м. Київ*

Сільський зелений туризм є одним із ключових напрямів розвитку туристичної галузі України, що ґрунтується на гармонійному поєднанні природних ресурсів, традиційного способу життя та екологічно відповідального відпочинку. Він не лише сприяє економічному зростанню сільських територій, а й задовольняє зростаючий попит на екологічно чистий та оздоровчий відпочинок [1].

В сучасних реаліях сьогодення туристи дедалі частіше шукають можливості для глибшого відновлення, не лише через активний відпочинок на природі, а й завдяки оздоровчим та терапевтичним практикам. Саме тому останнім часом набуває популярності терапевтичний туризм – напрям, що поєднує природні, культурні та рекреаційні ресурси для зміцнення фізичного та психоемоційного здоров'я людини. Поєднання цих двох концепцій відкриває нові можливості для розвитку сільського зеленого туризму, зокрема через використання природних ресурсів для фізичного та психоемоційного відновлення, таких як прогулянки на свіжому повітрі, лікувальні властивості трав, спілкування з тваринами, а також застосування традиційних методів оздоровлення на основі місцевих звичаїв і ремесел [5, 6].

Терапевтичний туризм – це форма туризму, яка передбачає використання природних факторів, альтернативних оздоровчих методик і традиційних практик для зміцнення здоров'я та психологічного відновлення людини.

В умовах сільського туризму, де природа та традиції тісно переплітаються, пропонуються різноманітні терапевтичні практики. Кожна з них має свої особливості та спрямована на досягнення конкретних цілей у відновленні здоров'я (таблиця).

*Таблиця*

### Види терапій у сільському зеленому туризмі

Вид терапії	Опис	Переваги
Анімалотерапія	взаємодія з тваринами (коні, корови, вівці, собаки, коти тощо)	зниження стресу, покращення настрою, розвиток емпатії
Фітотерапія	використання лікарських рослин для лікування та профілактики захворювань	натуральні методи лікування, зміцнення імунної системи
Апітерапія	лікування продуктами бджільництва (мед, прополіс, бджолина отрута)	зміцнення імунітету, лікування захворювань суглобів, шкіри
Ландшафтотерапія	споглядання та взаємодія з природними ландшафтами	зниження стресу, покращення емоційного стану, відновлення сил
Працетерапія	участь у сільськогосподарських роботах (збір врожаю, догляд за тваринами)	фізична активність, відчуття корисності, зв'язок з природою
Кулінарна терапія	Приготування страв з місцевих продуктів	розвиток творчих здібностей, задоволення від процесу приготування їжі, спілкування
Фольклорна терапія	участь у народних обрядах, співи, танці	збереження культурної спадщини, відчуття єдності з громадою, емоційне розвантаження
Етнотерапія	відвідування майстер-класів з народних ремесел, вивчення традицій	розвиток творчих здібностей, знайомство з культурою, релаксація
Екотерапія	прогулянки лісами, гірська терапія, перебування біля водойм	зниження стресу, тривожності. Покращення настрою та емоційної стійкості
Геліотерапія	прийняття сонячних ванн	зміцнення імунної системи, покращення настрою, профілактика дефіциту вітаміну D
Аеротерапія	дихання свіжим повітрям	очищення легенів, покращення кровообігу, зняття стресу

Джерело: сформовано автором

Зазначимо, що сільський зелений туризм має величезний потенціал для розвитку інноваційних терапевтичних підходів. Сприятливий вплив незайманої природи, чисте повітря та спокійний ритм сільського життя створюють ідеальні умови для комплексного відновлення фізичного та ментального здоров'я. Цей вид туризму може стати платформою для розробки унікальних програм, що поєднують природні ресурси з сучасними оздоровчими технологіями, відкриваючи нові можливості для зміцнення здоров'я та підвищення якості життя. Особливо в період війни, коли рівень стресу та психологічного напруження в суспільстві значно зростає, сільський зелений туризм може стати не лише ефективним засобом відновлення, але й інноваційною методикою психологічної підтримки. У цей складний час, коли традиційні методи лікування можуть бути обмежені, використання природних ресурсів та спокійного середовища сільської місцевості відкриває нові можливості для зміцнення психічного та фізичного здоров'я, допомагаючи людям адаптуватися до нових реалій та відновити внутрішню рівновагу [2, 3, 4].

Терапевтичні практики можуть стати важливим чинником розвитку сільського зеленого туризму в Україні, сприяючи оздоровленню людей, підтримці місцевих громад та збереженню природного середовища. Запровадження комплексного підходу до розвитку цього напрямку дозволить не лише підвищити якість туристичних послуг, а й сприятиме стійкому розвитку регіонів у контексті сучасних європейських тенденцій.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Кудінова І.П. Перспективи розвитку сільського зеленого туризму в Україні // Науковий вісник НУБіП України. Вип. 163. – Частина 1. – К., 2011 – С. 51-57.
2. Кудінова І.П. Сучасні тренди туристичного розвитку м. Києва // *Економіка і управління бізнесом*, том 14, №2, 2023, – К., 2022 – С. 73-86.
3. Michał Roman; Iryna Kudinova; Viktoriia Samsonova; Norbert Kawęcki (2024). Innovative Development of Rural Green Tourism in Ukraine. *Tourism and Hospitality*. 2024, 5(3), 537-558.
4. Michał Roman; Norbert Kawęcki; Iryna Kudinova; Arkadiusz Niedziółka; Ewa Szczucka; Monika Wojcieszak-Zbierska. Agritourism farms as places of providing therapeutic services for people with autism spectrum disorder. *Turystyka i Rozwój Regionalny*, 2024, (22), 107–120.
5. Кальна-Дубінюк Т.П., Локутова О.А., Рибак Л.Х., Кудінова І.П., Сокол Л.М., Бесчастна М.В., Пугач Н.А., Бас О.І. Основи управління та організації відпочинку в агрооселях. Інформаційні матеріали до семінару з дорадництва для власників агроосель. Серія 3. Сільський зелений туризм. Друге видання // За ред. В.В. Васильєва – Ніжин: Видавець ПП Лисенко М.М., 2015. – 88 с.
6. Сільський зелений туризм / Словник-довідник / Т. П. Кальна-Дубінюк, М. В. Бесчастна, І. П. Кудінова, О. А. Локутова, Л. Х. Рибак, В. В. Самсонова,. – Ніжин: Видавець ПП Лисенко М. М., 2016. 65 с.

Науковий керівник: к. е. н., доцент Кудінова І. П.

## СОЦІАЛЬНО-ПСИХОЛОГІЧНІ МЕТОДИ МЕНЕДЖМЕНТУ В ТУРИСТИЧНОМУ ПІДПРИЄМСТВІ

**КИРПИЧ Ольвія,**

*здобувачка освітнього ступеня «Бакалавр»*

*спеціальності «Туризм і рекреація»,*

*Національний університет біоресурсів і природокористування України, м. Київ*

У сучасних умовах глобалізації та стрімких змін у бізнес-середовищі підприємства стикаються з низкою викликів, серед яких – ефективне управління людськими ресурсами. Особливе значення набуває застосування соціально-психологічних методів менеджменту, які дозволяють враховувати не лише матеріальні, але й нематеріальні чинники впливу на персонал. У сфері туризму, де конкурентоспроможність підприємства значною мірою залежить від якості сервісу та корпоративної культури, використання таких методів сприяє підвищенню мотивації співробітників, формуванню згуртованості колективу та створенню позитивного іміджу компанії [1].

Актуальність теми обумовлена зростаючою роллю людського капіталу у досягненні стратегічних цілей підприємства, особливо в умовах кризи та невизначеності. Соціально-психологічні методи, що впливають на формування морально-психологічного клімату, дозволяють не тільки вирішувати проблеми мотивації, але й оптимізувати комунікаційні процеси в організації [2]. Крім того, дослідження вітчизняних науковців за останні роки свідчать про успішне застосування цих методів в управлінні підприємствами різних галузей, зокрема й у сфері туризму [3].

Соціально-психологічні методи менеджменту – це комплекс прийомів і способів впливу на персонал, що базуються на врахуванні психологічних та соціальних потреб співробітників. До них відносять такі методи, як моральне стимулювання, тимблдинг, формування корпоративної культури, розвиток комунікаційних процесів у колективі та інші [4]. Основною метою використання цих методів є створення сприятливого морально-психологічного клімату, який стимулює творчий потенціал співробітників та забезпечує їхню високопродуктивну роботу.

Ключовим поняттям у дослідженні є поняття «управлінський вплив», що включає як матеріальні, так і нематеріальні аспекти. У традиційній системі менеджменту особливу увагу приділяють економічним методам, які стимулюють співробітників через матеріальне заохочення. Проте в сучасних умовах, коли фінансові можливості можуть бути обмеженими (кризові ситуації, пандемії, військові дії), соціально-психологічні методи набувають особливої актуальності. Вони дозволяють впливати на внутрішній стан працівників, їхні емоції та мотиваційний потенціал, що є вирішальним чинником у формуванні ефективного трудового колективу [5].

У теоретичних дослідженнях соціально-психологічні методи класифікують за різними критеріями. Наприклад, за характером впливу їх поділяють на методи, спрямовані впливом на групу (колектив), та методи, орієнтовані на індивідуальну роботу з працівником. До групових методів належать тимбілдинг, корпоративні заходи, тренінги з розвитку комунікацій, а до індивідуальних – психологічне консультування, коучинг, методи особистісного розвитку [4].

У туристичному бізнесі якість обслуговування клієнтів та високий рівень задоволеності споживачів безпосередньо залежать від мотивації та професійної компетентності персоналу. Туристичні підприємства, які активно використовують соціально-психологічні методи менеджменту, мають змогу створити позитивну корпоративну культуру, яка сприяє розвитку лояльності співробітників і формуванню згуртованого колективу [1].

Одним із прикладів успішного впровадження є використання методів тимбілдингу, що дозволяють формувати позитивні міжособистісні відносини, підвищувати рівень колективної співпраці та зменшувати конфлікти в колективі. У туристичних компаніях тимбілдинг може реалізовуватись через організацію спільних заходів, корпоративних подорожей, навчальних семінарів та інших інтерактивних форм роботи [1]. Крім того, впровадження системи індивідуального навчання та розвитку співробітників сприяє підвищенню їх професійної компетентності, що, у свою чергу, позитивно впливає на якість обслуговування туристів [3].

Особливу увагу слід приділити розвитку корпоративної культури, що є фундаментом успішного управління персоналом у сфері туризму. Корпоративна культура включає в себе систему цінностей, норм поведінки, етичних стандартів, які визначають спільний спосіб мислення та дій співробітників. Соціально-психологічні методи дозволяють не лише формувати, але й підтримувати цей фундамент, що є критично важливим в умовах високої конкуренції на туристичному ринку [1].

У сучасних дослідженнях українських вчених зазначається, що застосування соціально-психологічних методів сприяє не тільки оптимізації внутрішніх процесів управління, а й позитивно впливає на імідж підприємства серед зовнішніх партнерів і споживачів. Це забезпечує конкурентні переваги та стабільність розвитку в умовах мінливого ринку туризму [2].

Перспективи подальших досліджень полягають у розробці інтегрованих моделей управління, що об'єднують традиційні економічні методи з інноваційними соціально-психологічними підходами. Сучасні технології, зокрема цифрові платформи для онлайн-комунікацій та дистанційного навчання, відкривають нові можливості для впровадження даних методів у практику управління. Такий підхід дозволить не лише знизити витрати, але й покращити адаптацію персоналу до нових умов ринку, що є особливо важливим для туристичного бізнесу [3].

Відповідно до аналізу сучасних тенденцій, впровадження соціально-психологічних методів менеджменту має сприяти:

- підвищенню рівня мотивації співробітників через створення позитивного морально-психологічного клімату;

- оптимізації внутрішніх комунікаційних процесів, що сприяє зменшенню конфліктних ситуацій у колективі;
- формуванню стійкого корпоративного іміджу, що позитивно впливає на конкурентоспроможність підприємства;
- збільшенню лояльності персоналу, що є ключовим чинником у досягненні стратегічних цілей підприємства.

Таким чином, соціально-психологічні методи менеджменту розглядаються не лише як додатковий інструмент, а як необхідна складова сучасного управлінського процесу, здатна забезпечити комплексне вирішення завдань управління персоналом, зокрема в умовах нестабільності та кризових ситуацій [2].

Проведені дослідження підтверджують, що соціально-психологічні методи менеджменту відіграють визначальну роль у формуванні позитивного психологічного клімату на підприємстві та сприяють підвищенню ефективності управлінської діяльності. У сфері туризму, де якість обслуговування та корпоративна культура є ключовими чинниками успіху, застосування таких методів дозволяє забезпечити високий рівень мотивації, згуртованості колективу та конкурентоспроможності підприємства.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Антонюк К. Г. (2024) Роль соціально-психологічних методів менеджменту у формуванні корпоративної культури туристичного підприємства. URL: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2024-65-26>
2. Чупир О. М., Бутенко О.П. (2023) Соціально-психологічні методи антикризового управління персоналом підприємства URL: [https://www.researchgate.net/publication/374197793\\_SOCIALNO-PSIHOLOGICNI\\_METODI\\_ANTIKRIZOVOGO\\_UPRAVLINNA\\_PERSONALOM\\_PIDPRIEMSTVA\\_V\\_KONTEKSTI\\_KOMPLEMENTARNOGO\\_PIDNODU](https://www.researchgate.net/publication/374197793_SOCIALNO-PSIHOLOGICNI_METODI_ANTIKRIZOVOGO_UPRAVLINNA_PERSONALOM_PIDPRIEMSTVA_V_KONTEKSTI_KOMPLEMENTARNOGO_PIDNODU)
3. Пшик-Ковальська О. О., Ковальський О. І. (2023) Розвиток соціально-психологічних методів управління персоналом в умовах воєнного стану. URL: <https://science.lpnu.ua/sites/default/files/journal-paper/2023/dec/32688/menedzhment223maket-104-111.pdf>
4. Лаврик С. Б. (2024) Соціально-психологічні методи в управлінні підприємством: кваліфікаційна робота на здобуття освітнього ступеня «бакалавр». URL: <https://dspace.lvduvs.edu.ua/handle/1234567890/7708>
5. Горпиняк А. В. (2023) Використання соціально-психологічних методів менеджменту в підприємстві. URL: <https://dglb.nubip.edu.ua/items/957dc4b2-d547-4a00-a9b3-5562e0f2ccc8>

Науковий керівник д. е. н., професор Мельниченко С. В.

## **РОЗВИТОК ПОТЕНЦІАЛУ СІЛЬСЬКОГО ЗЕЛЕНОГО ТУРИЗМУ З ФОКУСОМ НА ГЛОБАЛЬНІ, НАЦІОНАЛЬНІ І РЕГІОНАЛЬНІ ТРЕНДИ**

**ЛЕСЕНКО Вікторія,**

*здобувачка освітнього ступеня «Бакалавр»*

*спеціальності «Туризм і рекреація»,*

*Національний університет біоресурсів і природокористування України, м. Київ*

Сільський туризм є одним із найперспективніших напрямів туристичної індустрії, який поєднує екологічний відпочинок, знайомство з традиціями, місцевою культурою та гастрономією. Україна, й особливо Карпатський регіон, має значний потенціал для розвитку сільського туризму, адже тут збережено автентичні традиції, чисте довкілля та мальовничі краєвиди. Однак, щоб успішно вивести цей туристичний продукт на ринок Європейського Союзу, потрібно враховувати особливості попиту, сучасні маркетингові підходи та міжнародні стандарти якості обслуговування [1]. Щоб український сільський туризм був конкурентоспроможним на міжнародному ринку, необхідно створити комплексний туристичний продукт, який буде відповідати очікуванням європейських мандрівників.

Перш за все, потрібно чітко визначити концепцію продукту. Сільський туризм може включати різні види відпочинку: агротуризм (участь у сільськогосподарських роботах), гастрономічний туризм (дегустація місцевих страв і напоїв), етнографічний (ознайомлення з культурою, традиціями, ремеслами), активний (піші походи, велотури, кінні прогулянки) та екологічний (відпочинок в екологічно чистих зонах). Важливо створити не просто місце для проживання в сільській садибі, а цілісний туристичний досвід, який би включав інтерактивні програми, екскурсії та розваги.

Наступним етапом є створення туристичних маршрутів і пакетів. Наприклад, у Карпатах можна організовувати тури з відвідуванням гуцульських, бойківських та лемківських сіл, де туристи зможуть познайомитися з місцевою культурою, взяти участь у майстер-класах з виготовлення традиційного одягу, посуду або килимів, а також скуштувати страви місцевої кухні. Гастрономічні тури можуть включати дегустацію бринзи, баношу, грибною юшки та натуральних трав'яних чаїв [1]. Також необхідно забезпечити належний рівень комфорту для туристів. Іноземні гості звикли до високих стандартів сервісу, тому навіть у сільській місцевості важливо мати сучасні умови проживання – чисті номери, якісну постільну білизну, доступ до Wi-Fi, а також комфортні санітарні умови.

Одна з головних проблем українського сільського туризму – недостатня обізнаність європейських туристів про можливості відпочинку в Україні. Багато іноземців асоціюють Україну переважно з містами Київ, Львів та Одеса, не знаючи про її багатий сільський колорит. Тому важливим кроком є активне маркетингове просування українського сільського туризму на міжнародному рівні [2].

Один із найефективніших способів привернути увагу європейських мандрівників – використання цифрового маркетингу. Варто створити якісний веб сайт для сільських садиб або туристичних компаній, які займаються організацією таких подорожей. Він має містити детальну інформацію про туристичні маршрути, фотогалерею, можливість бронювання онлайн та відгуки туристів. Важливо, щоб інформація була доступна англійською, німецькою, французькою та іншими популярними мовами.

Соціальні мережі також є потужним інструментом просування. Facebook, Instagram і TikTok дозволяють залучати аудиторію через візуальний контент – фото і відео з мальовничими краєвидами, традиційними фестивалями, кулінарними майстер-класами. Також варто співпрацювати з популярними європейськими тревел-блогерами та журналістами, які можуть відвідати регіон, створити оглядові статті та відео, тим самим привертаючи увагу до українського сільського туризму.

Ще один важливий напрям просування – участь у міжнародних туристичних виставках і форумах. Такі заходи, як ITB Berlin, World Travel Market у Лондоні, FITUR у Мадриді, є чудовою можливістю для представлення українських туристичних продуктів європейським операторам і потенційним партнерам [3]. Також необхідно розвивати співпрацю з європейськими турагентствами, які можуть включати українські сільські маршрути до своїх каталогів. Для цього варто пропонувати конкурентні ціни, якісний сервіс і зручні умови бронювання.

Хоча Україна має величезний потенціал у сфері сільського туризму, існує низка перешкод, які можуть гальмувати його розвиток: слабка транспортна інфраструктура; низька обізнаність власників сільських садиб щодо стандартів обслуговування іноземних гостей. Для вирішення проблем, необхідно створити якісний туристичний продукт; розробити різноманітні тематичні тури; забезпечити комфорт, чистоту, якісний сервіс та можливості бронювання онлайн.

Загалом, український сільський туризм має величезний потенціал для розвитку та виходу на міжнародний ринок. Якщо забезпечити якісний сервіс, правильно позиціонувати туристичний продукт та активно його рекламувати, Україна може стати одним із найпопулярніших напрямків для сільського, екологічного та етнографічного туризму серед європейських туристів.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Данилюк М. І. Сільський туризм як перспективний напрям економічного розвитку Карпатського регіону. Економічний вісник. – 2021. – № 5. – С. 112–120.
2. Аналітичний звіт про туристичний потік із країн ЄС до України у 2023 році. Державна служба статистики України. [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua>
3. Литвиненко С. В. Інноваційні підходи до просування туристичного продукту на міжнародний ринок. Вісник економічних досліджень. – 2022. – № 3. – С. 45–52.

Науковий керівник: д. е. н., професор Мельниченко С. В.

## SMART-ТУРИЗМ У ЦИФРОВОМУ СУСПІЛЬСТВІ

**ЛИСЕНКО Володимир,**

*здобувач освітнього ступеня «Бакалавр»*

*спеціальності «Туризм та рекреація»,*

*Національний університет біоресурсів і природокористування України, м. Київ*

Сучасний світ стрімко цифровізується, що кардинально змінює підходи до туризму. Smart-туризм або розумний туризм поєднує технології, інновації та стратегії сталого розвитку, роблячи подорожі зручнішими, безпечнішими та більш екологічними. Це новий формат туристичного досвіду, що ґрунтується на аналізі даних, персоналізації сервісів та інтеграції цифрових платформ. Smart-туризм відноситься до зростаючого феномену, в якому відомості про туристичні напрямки, гідів-екскурсоводів, туристичних агентів, туристичні практики та туристів накопичуються в залежності від нових інформаційно-комунікаційних технологій ІКТ, які дозволяють великі обсяги даних трансформувати в ціннісну пропозицію. Y. Li, C. Hu, C. Huang та L. Duan [2] розглядають smart-туризм як систему підтримки туристичних інформаційних послуг та технологію, яка може охопити Всесвіт. Велика частка сучасних досліджень в галузі smart-туризму зосереджена на впливі технологій на сприйняття, поведінку та досвід туристів.

Розумний туризм – це популярна та затребувана тема, яка привертає увагу вчених та практиків. Існуючі дослідження розумного туризму варіюються від тематичного дослідження, концептуальної роботи до дослідження методології, технології та вивчення побудови поведінкових моделей. Ідея розумних туристичних дестинацій була спочатку запропонована вченими-туризмознавцями та збагачена подальшою розробкою ідеї екосистеми розумного туризму у зв'язку з концептуалізацією інтелектуальних технологій розумних міст. Існуючі поведінкові моделі, такі, як модель прийняття технології, теорія планованої поведінки, модель готовності та прийняття технології, були використані як теоретичні основи для вивчення туристичної поведінки розумного туризму [1].

Smart-туризм – це модель подорожей, що використовує сучасні технології, такі як [3]:

Big Data – збір та аналіз великих масивів інформації для покращення туристичних послуг;

Інтернет речей (IoT) – інтеграція пристроїв для оптимізації процесів, наприклад, електронні ключі в готелях чи інтерактивні мапи міст;

Штучний інтелект (AI) та чат-боти – автоматизація консультацій, рекомендацій та бронювання послуг;

Віртуальна (VR) та доповнена реальність (AR) – можливість ознайомлення з туристичними місцями до відвідування;

Blockchain – підвищення рівня безпеки транзакцій у туристичній галузі.

Сучасного туриста вже не здивуєш мобільним додатком для навігації, бронювання, оплати та отримання рекомендацій або використанням QR-кодів

та NFC-технологій для інтерактивного доступу до історичної, культурної та практичної інформації. Це підвищує комфорт туристів, адже автоматизація сервісів скорочує час на планування подорожей. Проте використання штучного інтелекту допомагає туристичним агенціям для створення індивідуальних ексклюзивних маршрутів на основі аналізу вподобань користувачів під час онлайн-активності та попередніх подорожей. Додаткові інтерактивні туристичні враження через - використання доповненої реальності для інтерактивних екскурсій та VR-тури, що дозволяють відвідувачам віртуально ознайомитися з локаціями перед поїздкою. Тим самим відбувається розширення доступу до культури та історії, а також кращого розуміння історії місцевості.

Smart-рішення майбутнього спрямовані на зменшення негативного впливу туризму на довкілля (зелений транспорт, зменшення паперових витрат). Для моніторингу рівня забруднення та регулювання туристичних потоків у природоохоронних зонах можна використовувати спеціалізовані сенсори. Таким чином Smart-туризм сприяє свідомому споживанню туристичних послуг та підвищує соціальну відповідальність соціуму [2].

Smart-туризм змінює взаємодію між туристами, місцевими громадами та туристичними компаніями. Розвиток цифрового туризму сприяє збільшенню доходів місцевих підприємств через онлайн-бронювання, мобільні платежі тощо.

Проте попри численні переваги, розвиток Smart-туризму стикається з такими викликами як захист персональних даних та кібербезпека; доступність технологій для всіх верств населення; необхідність державної підтримки та інвестування в цифрову інфраструктуру; баланс між цифровізацією та збереженням автентичності туристичних вражень.

Отже, Smart-туризм стає невід'ємною частиною цифрового суспільства, трансформуючи традиційні підходи до подорожей. Інноваційні технології покращують якість туристичних послуг, роблять подорожі безпечнішими, доступнішими та екологічнішими. Для його подальшого розвитку важливо поєднувати цифрові рішення із принципами сталого туризму, забезпечуючи баланс між технологічним прогресом та збереженням культурної та природної спадщини.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Leung R. (2019). Smart hospitality: Taiwan hotel stakeholder perspectives. *Tourism Review*. Т. 74. №. 1. Р. 50-62.
2. Li Y., Hu C., Huang C., Duan L. (2017) Smart tourist in the context of tourism information services. *Tourism Management*. 2017. Т. 58. Р. 293-300.
3. Mehraliyev F., Chan ICC, Choi Y., Koseoglu MA, Law R. (2020). State of the art review of smart tourism research. *Journal of Travel & Tourism Marketing*. Т. 37. №.1. Р. 78-91.

Науковий керівник к. е. н., доцент Стретович О. А.

## **РОЗРОБКА І ОБГРУНТУВАННЯ ЗАХОДІВ З ОПТИМІЗАЦІЇ ДОГОВІРНИХ ВІДНОСИН ТУРИСТИЧНИХ АГЕНЦІЙ ІЗ ПОСТАЧАЛЬНИКАМИ**

**ЛУСЬ Анастасія,**

*здобувачка освітнього ступеня «Бакалавр» спеціальності «Туризм»,  
Поліський національний університет, м. Житомир*

Договірні відносини в туристичній галузі є основою для успішної співпраці між туристичними компаніями та постачальниками послуг, такими як готелі, авіакомпанії, транспортні компанії, екскурсійні агентства та інші партнери. Ці відносини регулюються договорами, які визначають права та обов'язки сторін, умови надання послуг, строки виконання, вартість послуг та інші важливі аспекти. Від якості та ефективності цих договорів залежить не лише фінансова стабільність туристичних компаній, а й задоволеність клієнтів, а отже, і конкурентоспроможність компанії на ринку туристичних послуг [1].

Основними видами договорів у туристичній галузі є договори на бронювання місць у готелях, контракти з транспортними компаніями (авіаперевізниками, автобусними компаніями, трансферами), договори на екскурсійні послуги, договори зі страховими компаніями, а також договори на послуги харчування та інші додаткові послуги, що входять до складу туристичного пакету. У кожному з цих договорів передбачаються специфічні умови, які мають важливе значення для якісного надання туристичних послуг. Проте в сучасних умовах туристичні компанії стикаються з низкою проблем у договірних відносинах із постачальниками послуг. По-перше, це високий рівень ризиків, пов'язаних із невиконанням постачальниками своїх зобов'язань. Наприклад, скасування рейсів авіакомпаніями, відмова готелів у розміщенні туристів через овербукінг, зміна умов екскурсійних програм можуть призвести до зриву туристичних турів, фінансових втрат і негативного впливу на репутацію туристичної компанії. По-друге, відсутність гнучких умов у договорах не дозволяє оперативно реагувати на зміни попиту на туристичні послуги, особливо в умовах сезонності або непередбачуваних обставин, таких як пандемії, політичні кризи або природні катастрофи [2].

Іншою проблемою є невизначеність у договірних умовах, яка може призвести до конфліктів між туристичними компаніями та постачальниками послуг. Наприклад, нечітко прописані умови щодо ануляцій, повернення коштів, зміни дат поїздок або кількості туристів можуть стати причиною судових спорів або втрати довіри між партнерами, що особливо актуально для міжнародних договорів, де важливу роль відіграють юридичні аспекти різних країн. Також варто зазначити проблему нерівних умов у договорах, коли великі постачальники послуг (наприклад, міжнародні готельні мережі або авіакомпанії) нав'язують туристичним компаніям свої умови співпраці, залишаючи мало можливостей для переговорів, що обмежує гнучкість туристичних компаній у формуванні конкурентоспроможних туристичних

продуктів і призводить до зниження їх рентабельності. Для того, щоб подолати вищезазначені проблеми та підвищити ефективність договірних відносин, необхідно розробити заходи з їх оптимізації. Одним із ключових напрямків є впровадження гнучких умов договорів, які враховують сезонність туристичного попиту, можливість зміни дат поїздок, кількості туристів та інших параметрів. Це дозволить туристичним компаніям оперативно реагувати на зміни ринку та уникати фінансових втрат у разі зменшення попиту на туристичні послуги [3].

Додатковим ефективним заходом покращення процесу договірної взаємодії є використання цифрових платформ для автоматизації процесів управління договірними відносинами. Впровадження сучасних інформаційних систем дозволить зменшити адміністративні витрати, підвищити прозорість процесів укладання договорів, контролювати виконання умов та зменшити кількість помилок у договірній документації. Наприклад, використання систем управління контрактами (Contract Management Systems) дозволяє автоматизувати процеси укладання, узгодження, підписання та моніторингу виконання договорів, що значно підвищує ефективність договірної діяльності [5].

Важливо розвивати партнерські відносини з постачальниками на основі довгострокових стратегічних альянсів, які сприяють підвищенню довіри між партнерами, зменшенню конфліктів і забезпеченню стабільності постачання туристичних послуг. Такі альянси дозволяють спільно вирішувати проблеми, що виникають, узгоджувати гнучкі умови договорів, а також створювати інноваційні туристичні продукти, які відповідають потребам клієнтів. Крім того, необхідно приділяти особливу увагу підвищенню кваліфікації працівників, які займаються управлінням договірними відносинами, зокрема у сфері юриспруденції, міжнародного права, економіки та управління ризиками, що дозволить уникати юридичних помилок, ефективніше вести переговори з постачальниками та укладати більш вигідні договори [4].

У ході дослідження було проаналізовано сучасний стан договірних відносин між туристичними компаніями та постачальниками послуг. Виявлено основні проблеми, серед яких: високі ризики невиконання зобов'язань постачальниками, відсутність гнучких умов у договорах, нечіткі та нерівні умови співпраці з великими постачальниками, що призводить до фінансових втрат, зриву туристичних турів та погіршення репутації компаній. Для вирішення цих проблем запропоновано комплекс заходів з оптимізації договірних відносин, а саме:

- впровадження гнучких умов договорів, що враховують сезонність та зміни попиту;
- управління ризиками за допомогою страхових механізмів та штрафних санкцій;
- автоматизація процесів управління договорами за допомогою цифрових платформ;
- стратегічні альянси для зміцнення партнерських відносин;

- підвищення кваліфікації працівників у сфері договірного права та управління ризиками;
- моніторинг ефективності договірних відносин за ключовими показниками.

Запропоновані заходи дозволяють знизити витрати, мінімізувати ризики, покращити якість обслуговування клієнтів та підвищити конкурентоспроможність туристичних компаній. Оптимізація договірних відносин сприятиме підвищенню ефективності діяльності туристичних компаній та зміцненню їхніх позицій на ринку туристичних послуг.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Даниленко-Кульчицька В. Особливості договірних взаємовідносин між туроператором, турагентом і туристом. *Галицький економічний вісник*. Тернопіль, 2014. № 1. С. 87-93
2. Брусільцева Г. М., Зима О. Г. Правове регулювання туристичної діяльності : навч. посіб. Харків : ХНЕУ ім. С. Кузнеця, 2019. 214 с.
3. Гостюк В.І. Договірне регулювання відносин у сфері надання туристичних послуг. *Часопис Київського університету права*. 2014 №1. С. 163-168.
4. Козловський Є.В. Правове регулювання договірних відносин між туристичним підприємством і споживачем туристичних послуг. Київ : Центр учбової літератури. 2015.
5. Писаревський І. М., Погасій С. О., Андренко І. Б., Поколодна М. М., Сегеда І. В. Організація туризму : підручник. Харків : ХНАМГ, 2008. 541 с.

Науковий керівник: PhD, доцент Осіпчук А. С.

## ВИКОРИСТАННЯ ДОСВІДУ ЄВРОПЕЙСЬКИХ КРАЇН У РОЗВИТКУ СІЛЬСЬКОГО ЗЕЛЕНОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ

**МАХОВКА Борис,**

*здобувач осітнього ступеня «Магістр»,  
спеціальності «Туризм та рекреація»,*

*Національний університет біоресурсів і природокористування України, м. Київ*

Сільський зелений туризм - це нова форма відпочинку, популярна в Україні. Вона дозволяє насолоджуватися природою та вивчати місцеву культуру. Для Київської області, з її прекрасними краєвидами та гостинними жителями, це має великий потенціал. Розвиток цього виду туризму та стратегій сприятиме сталому розвитку сільських територій, збереженню природи та культурної спадщини, а також підтримці місцевої економіки та зайнятості.

Сільський зелений туризм є важливим чинником розвитку сільських територій, створення нових робочих місць, підвищення рівня життя місцевого населення та збереження культурної спадщини. У багатьох зарубіжних країнах цей вид туризму вже став вагомим сегментом економіки, тоді як в Україні він ще має значний потенціал для розвитку. Дослідження зарубіжного досвіду допоможе адаптувати найкращі практики та сприятиме ефективному розвитку сільського зеленого туризму в нашій країні.

Сільський зелений туризм визначається як форма відпочинку, що передбачає перебування туристів у сільській місцевості з метою ознайомлення з природою, культурою та традиціями регіону. Основними характеристиками цього виду туризму є:

- Взаємодія з місцевими жителями.
- Участь у традиційних заняттях (сільське господарство, ремесла).
- Екологічна свідомість та збереження природних ресурсів.

Вивчення досвіду країн, таких як Італія, Франція, Німеччина, дозволяє виділити кілька ключових аспектів, які сприяють розвитку сільського зеленого туризму:

• Інфраструктура: Наявність розвинутої інфраструктури (дорожня мережа, засоби транспорту) забезпечує доступність сільських районів.

• Маркетинг і просування: Активне використання сучасних технологій для просування сільського туризму через соціальні мережі та туристичні платформи.

• Партнерство між державою та приватним сектором: Співпраця держави з місцевими підприємцями, аграріями та туристичними компаніями.

Для ефективного впровадження зарубіжного досвіду в Україні необхідно врахувати специфіку нашої країни:

• Розвиток інфраструктури: Інвестування в дороги, комунікації та енергетику сільських територій.

• Освіта та підготовка кадрів: Проведення тренінгів для місцевих жителів з метою підвищення їхньої кваліфікації у сфері туризму.

• Залучення інвестицій: Створення сприятливих умов для інвесторів, що зацікавлені у розвитку сільського зеленого туризму.

Серед основних проблем, що стоять на шляху розвитку сільського зеленого туризму в Україні, можна виділити:

- Недостатнє фінансування.
- Відсутність чіткої стратегії розвитку.
- Низький рівень обізнаності населення про можливості зеленого туризму.

Перспективи розвитку сільського зеленого туризму в Україні можуть бути реалізовані через:

- Розробку комплексних програм підтримки сільського туризму.
- Активну промоцію українських сіл як туристичних напрямків на міжнародній арені.
- Залучення молоді до підприємництва в сфері зеленого туризму.

Використання міжнародного досвіду у розвитку сільського зеленого туризму в Україні може суттєво підвищити конкурентоспроможність цього сектору. Системний підхід до вирішення існуючих проблем, а також активна співпраця між усіма учасниками процесу сприятимуть створенню ефективної моделі сільського зеленого туризму в Україні.

Сільський зелений туризм є перспективною галуззю для розвитку в Україні, що сприятиме соціально-економічному зростанню сільських територій. Використання зарубіжного досвіду дозволить запровадити ефективні механізми підтримки та стимулювання цієї сфери. Запропоновані заходи можуть сприяти залученню інвестицій, підвищенню якості туристичних послуг та формуванню позитивного іміджу українського сільського туризму на міжнародному рівні.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Король М.М. Аналіз європейського досвіду організації зеленого туризму / М.М.Король // Ефективна економіка. 2021. №10. С. 1-7. Режим доступу до журн.: [http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/10\\_2021/4.pdf](http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/10_2021/4.pdf)
2. Європейський досвід організації сільського зеленого туризму. URL: [https://tourlib.net/statti\\_ukr/siltur2.htm](https://tourlib.net/statti_ukr/siltur2.htm)
3. Плевако. Я. О. Використання європейського досвіду підтримки розвитку малих підприємств сільського зеленого туризму в Україні / Я. О. Плевако // Економічний вісник університету. 2020. № 47. С.29-35.

Науковий керівник д. е. н., професор Мельниченко С. В.

## КРУЇЗИ ЯК ЕЛЕМЕНТ РОЗКОШІ: ОСОБЛИВОСТІ ПРЕМІАЛЬНОГО СЕГМЕНТУ

**МАТЮЩЕНКО Олена,**

*здобувачка освітнього ступеня «Бакалавр»,  
спеціальності «Готельно-ресторанна справа»,  
Миколаївський національний аграрний університет, м. Миколаїв*

Круїзний відпочинок традиційно асоціюється з елітними подорожами, проте на сучасному етапі розвитку індустрії він став доступним для ширшого кола споживачів. Незважаючи на це, преміальний та люксовий сегменти круїзного туризму продовжують зберігати свою унікальність, пропонуючи високий рівень сервісу, ексклюзивні маршрути та розкішні умови перебування. Метою даної статті є аналіз особливостей круїзних компаній класу люкс та їх конкурентних переваг.

Однією з ключових відмінностей круїзів преміального сегменту є високий рівень обслуговування, що забезпечується співвідношенням екіпажу

до пасажирів на рівні 1:1 або 1:2. Це дозволяє гостям отримувати індивідуалізований підхід, що включає цілодобове обслуговування, персонального дворецького, а також широкий спектр додаткових послуг: доставку свіжої преси, ексклюзивні косметичні засоби та персоналізовані страви.

Люксові круїзні компанії надають перевагу середнім за розміром судам, які вміщують від 200 до 700 пасажирів. Це сприяє створенню камерної атмосфери та забезпечує підвищений рівень приватності. Всі каюти на таких лайнерах представлені у форматі сьютів з просторими балконами, що забезпечує максимальний комфорт під час подорожі [3].

На відміну від масових круїзів, преміальні лайнерні компанії пропонують ексклюзивні маршрути та унікальні екскурсійні програми. Наприклад, гостям доступні винні тури, кулінарні майстер-класи з провідними шеф-кухарями, участь у знакових світових подіях, а також спеціальні розважальні програми, які сприяють глибшому зануренню у місцеву культуру та традиції [2].

Сьогодні на ринку круїзного відпочинку представлений широкий спектр розкішних компаній: наприклад, Azamara Club Cruises, Crystal Cruises, Regent Seven Seas Cruises, Silversea Cruises та SeaDream Yacht Club.

Crystal Cruises має найбільший флот круїзних лайнерів серед усіх круїзних компаній у своєму класі. Crystal Serenity вміщує 1 070 пасажирів, а Crystal Symphony - 922 пасажири. Crystal Cruises пишається персоналізованим сервісом. У так званих Crystal Residences (спеціальних зонах з ресторанами та іншими особливими зручностями) співвідношення пасажирів до екіпажу становить 1:1.

Лайнери вирізняються різноманітністю послуг: освітні програми, спортивні майданчики, комп'ютерні класи та розважальні заходи для дітей. Компанія відома співпрацею зі знаменитими шеф-кухарями, зокрема Шин Мацухіса, який розробляє меню для бортових ресторанів.

Regent Seven Seas Cruises вирізняється тим, що пропонує найповніший спектр послуг за вартість круїзу. У вартість круїзу зазвичай входять усі послуги на борту, до- і післякруїзні екскурсії, трансфери, сервісні збори, берегові екскурсії, напої, а іноді й авіаквитки. Місткість круїзних лайнерів коливається від 490 до 750 пасажирів.

Seven Seas Explorer, побудований у 2016 році, називають одним з найрозкішніших кораблів, коли-небудь побудованих. Наприклад, каюти Regent Suites мають дві спальні, балкон, власний спа-центр і сауну. На кораблі також є новий ресторан французької та азіатської кухні, кулінарний центр і найбільший на флоті спа-центр Canyon Ranch Spa.

Seabourn Cruise Line володіє флотом середніх круїзних лайнерів на 450 пасажирів. Гостям пропонуються добре обладнані каюти з балконами, величезні спа-центри, сонячні палуби з басейнами, висувні платформи для водних видів спорту, чудові ресторани для гурманів і розважальна програма.

Круїз зосереджений на враженнях від відвідування портів заходу та взаємодії з місцевим населенням, а також, у партнерстві з ЮНЕСКО, пропонує цікаві берегові екскурсії до об'єктів Всесвітньої спадщини. Новий ресторан на

лайнери працює під керівництвом шеф-кухаря Томаса Келлера, володаря зірки Мішлен.

Silversea Cruises пропонує найбільш камерну атмосферу завдяки компактним лайнерам. Основний акцент зроблено на персоналізованому обслуговуванні та ексклюзивних маршрутах, зокрема круїзах до Антарктиди та Арктики. Всі каюти забезпечені послугами персонального дворецького, що додає елементу індивідуального підходу [1].

Отже, круїзи класу Люкс є важливою складовою туристичного ринку, поєднуючи високий рівень обслуговування, ексклюзивність маршрутів та найвищі стандарти комфорту. Очікується, що цей сегмент продовжить зростати завдяки підвищеному попиту з боку клієнтів з високим рівнем доходу та впровадженню новітніх технологій для покращення туристичного досвіду.

### СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. INFLOT. Inflot Cruise & Ferry Ukraine. URL: <https://inflatcruises.com/ua/news/view/chim-vidriznyayutsya-kruizni-kompaniji-klasu-lyuks> Дата звернення : 01.03.2025.
2. INFLOT. Inflot Cruise & Ferry Ukraine. URL: <https://inflatcruises.com/ua/news/view/osoblyvosti-elitnykh-kruiznykh-turiv> Дата звернення : 01.03.2025.
3. Center Cruises. URL: <https://center.cruises/uk/blog-classes-of-cruise-companies-6/> Дата звернення : 01.03.2025.

Науковий керівник: д. філос. наук, професор Гарбар Г. А.

## РОЗВИТОК КРЕАТИВНОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ У КОНТЕКСТІ ЄВРОПЕЙСЬКОЇ КУЛЬТУРНОЇ ПОЛІТИКИ

**МЕДВІДЬ Анна,**

*здобувачка освітнього ступеня «Бакалавр»  
спеціальності «Туризм та рекреація»,  
Таврійський державний агротехнологічний університет  
імені Дмитра Моторного, м. Запоріжжя*

Розвиток креативного туризму в Україні у контексті європейської культурної політики є надзвичайно актуальним з огляду на євроінтеграційні процеси та зростання ролі креативних індустрій у соціально-економічному розвитку. Креативний туризм, орієнтований на активну взаємодію туристів з місцевою культурою через участь у майстер-класах, фестивалях, художніх проєктах та гастрономічних подіях, є потужним інструментом збереження культурної спадщини та просування національного бренду. Впровадження

європейських практик у сфері креативного туризму сприяє формуванню привабливих туристичних дестинацій, стимулює економіку регіонів і підтримує місцеві громади. Аналіз європейської культурної політики дозволяє визначити ефективні стратегії для адаптації в Україні, що робить цю тему дослідження вкрай важливою та актуальною.

**Мета дослідження:** дослідити тенденції розвитку креативного туризму в Україні у контексті європейської культурної політики, проаналізувати успішні європейські практики, виявити можливості їх адаптації в українських реаліях та визначити стратегічні напрями інтеграції креативного туризму у національну туристичну стратегію.

Креативний туризм – це сучасна форма туризму, яка передбачає активну взаємодію туристів із місцевою культурою через участь у творчих заходах, майстер-класах, фестивалях, гастрономічних подіях та інших інтерактивних активностях (рисунок) [5].



### Основні характеристики креативного туризму

Європейська культурна політика активно підтримує розвиток креативних індустрій через фінансування, культурний обмін та співпрацю між державами-членами ЄС та країнами-сусідами. Програми, такі як «Креативна Європа» та «Горизонт 2020», спрямовані на підтримку інновацій у культурних і творчих секторах. У період з 2014 по 2020 рік бюджет програми «Креативна Європа» становив €1,46 мільярда. На період 2021-2027 років бюджет збільшено до €2,44 мільярда, що підкреслює зростаючу увагу ЄС до культурних та креативних секторів [2]. У 2024 році програма «Креативна Європа» профінансувала 160 проектів співпраці на загальну суму €59,7 мільйона, з яких 22 проекти безпосередньо залучали українських партнерів [4].

З 2016 року Україна була повноправним учасником програми «Горизонт 2020». За цей період українські організації взяли участь у 230 проєктах, залучивши 323 учасників, із загальним обсягом фінансування €45,5 мільйона.

Українські учасники були особливо активними в галузях мобільності дослідників, енергетики, клімату та транспорту [3].

У процесі європейської інтеграції Україна має можливість брати участь у цих ініціативах, що дозволяє не лише отримувати фінансування для культурних проєктів, але й посилювати культурний обмін, зокрема через туризм. Участь у програмах ЄС сприяє інтеграції української культурної спадщини в європейський контекст, підвищує міжнародну впізнаваність та сприяє розвитку креативних індустрій в країні.

Україна має багатий культурний спадок, який включає традиційне мистецтво, музику, народні ремесла, гастрономічні традиції та природні ландшафти, що робить її привабливою для креативного туризму. Відкриття нових культурних маршрутів, організація фестивалів (наприклад, фестиваль народної музики або гастрономічні фестивалі) може стати ключовим аспектом розвитку цього виду туризму. Унікальність української культури може стати основою для створення автентичних туристичних продуктів, що привертають туристів з усього світу [5].

Креативний туризм може суттєво впливати на соціально-економічний розвиток країни. Він допомагає підтримувати малий та середній бізнес у регіонах, сприяє розвитку місцевих ремісників, художників і гастрономів. Креативний туризм також створює нові робочі місця, зокрема в готельному бізнесі, організації подій та екскурсій, а також у сфері культурного менеджменту. Крім того, він стимулює розвиток місцевої інфраструктури та залучення інвестицій.

Попри перспективи, розвиток креативного туризму в Україні стикається з рядом викликів. Це включає недостатню інфраструктуру, відсутність системної підтримки з боку держави, а також брак кваліфікованих кадрів у сфері туризму та культурного менеджменту. Іншою перешкодою є обмежена видимість української культури на міжнародній арені та недостатня промоція на міжнародних туристичних ринках. Однак ці проблеми можна подолати через партнерство з міжнародними організаціями, розвиток освітніх програм та активну участь у міжнародних культурних проєктах.

В Європі вже існують успішні приклади розвитку креативного туризму. Наприклад, Барселона активно розвиває маршрути, пов'язані з модернізмом та архітектурними об'єктами Гауді, Лісабон став важливим центром для гастрономічного туризму, а Краків приваблює туристів через фестивалі культури та мистецтва. Ці приклади показують, як інноваційний підхід до туризму може не лише залучати туристів, а й сприяти розвитку культурної спадщини та місцевих громад.

Креативні індустрії в Україні, такі як арт-дизайн, музика, кінематограф та література, можуть стати важливими складовими туристичних маршрутів. Українські кінематографічні та літературні традиції, такі як спадщина Тараса Шевченка або сучасні кінопродукції, можуть стати темою окремих турів, фестивалів та подій. Крім того, гастрономічний туризм, який відображає місцеві кулінарні традиції, може залучити іноземних туристів через унікальні страви та рецепти, характерні для різних регіонів України.

Отже, розвиток креативного туризму в Україні в контексті європейської культурної політики має великий потенціал. Завдяки багатій культурній спадщині, традиціям та сучасним культурним ініціативам Україна може стати важливим напрямком для розвитку креативного туризму в Європі. Для цього потрібно створювати сприятливі умови для розвитку креативних індустрій, активно підтримувати культурний обмін та інтегруватися в європейські культурні ініціативи.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Офіційний сайт Міністерства культури та інформаційної політики України (2023). Розвиток культурних ініціатив та туризму в Україні.
2. Офіційний сайт Європейського Союзу URL: [Про програму «Креативна Європа» - Культура та креативність](#)
3. Офіційний сайт Європейського Союзу URL: [Міжнародне співробітництво з Україною у сфері досліджень та інновацій](#)
4. Офіційний сайт creativesunite.eu URL: [Творчі люди об'єднуються | «Креативна Європа» оголошує результати конкурсів на 2024 рік](#)
5. Миронов Ю. Б., Свидрук І. І. Теоретичні та практичні аспекти розвитку креативного туризму // Підприємництво і торгівля. 2023. №. 36. С. 19-24.

Науковий керівник: к. е. н., доцент Демко В. С.

## СУТНІСТЬ ТА СТРУКТУРИ РЕКРЕАЦІЙНО-ТУРИСТИЧНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ТЕРИТОРІЇ

**МОГИЛЬ Дарина,**

*здобувачка освітнього ступеня «Бакалавр»  
спеціальності «Туризм та рекреація»,  
Поліський національний університет, м. Житомир*

**ТИЩЕНКО Світлана,**

*к. е. н., доцент, кафедри економіки, підприємництва та туризму,  
Поліський національний університет, м. Житомир*

Рекреаційно-туристичний потенціал країни є важливим фактором її соціально-економічного розвитку, оскільки сприяє залученню інвестицій, створенню робочих місць і підвищенню добробуту населення. Україна володіє значними природними, історико-культурними та інфраструктурними ресурсами для розвитку туризму, включаючи унікальні природні заповідники, архітектурні пам'ятки та сучасні курортні зони. Однак ефективне використання цього потенціалу вимагає системного підходу до розвитку туристичної інфраструктури та збереження природних і культурних багатств.

В той же час варто зазначити, що військова агресія росії завдала значної шкоди рекреаційно-туристичній сфері України, зруйнувавши низку популярних туристичних локацій, унеможлививши доступ до багатьох природних і культурних об'єктів, а також створивши загрози безпеці подорожей. Окуповані та зруйновані території, екологічні катастрофи, викликані бойовими діями, а також міграційні процеси докорінно змінили туристичну карту країни. Відновлення галузі вимагає значних інвестицій, адаптації до нових реалій та розробки стратегій відбудови туристичної інфраструктури, що включає як фізичне відновлення, так і формування нових туристичних маршрутів у безпечних регіонах.

Туристсько-рекреаційний потенціал – сукупність здібностей та ресурсів, як природних, так і техногенних, що формують туристично-рекреаційний інтерес споживачів і які можуть бути використані / використовуються для забезпечення туристично-рекреаційної діяльності з метою забезпечення потреб споживачів у рекреації та відпочинку, а також здатні приносити економічну вигоду суб'єктам туристично-рекреаційної діяльності без шкоди для природно-екологічного середовища регіону.

Ресурси, їх розмір, структура, динаміка та баланс джерел формування є важливими чинниками туристично-рекреаційного розвитку регіону. Розглянемо структуру туристично-рекреаційного потенціалу території.

На думку Огієнко А. В., Огієнко М. М. [1], туристичний рекреаційний потенціал формується на межі наступних окремих підсистем: природи, суспільства та народного господарства та містить у собі компоненти даних підсистем: природні туристські ресурси, туристів, туристські кошти – матеріально-технічні, енергетичні та трудові ресурси, необхідні для обслуговування туристично-рекреаційної системи. На наш погляд, дане визначення досить ємним, проте не враховує всю палітру взаємозв'язків, що виникають між названими підсистемами та синергетичний ефект, що з'являється в такій взаємодії.

Дане зауваження враховано у визначенні Жулавського А. Ю., Гордієнко В. П. [2], в якому туристсько-рекреаційний потенціал території розглядається у взаємозв'язку та взаємодії чотирьох компонентів: природно-ресурсного, історико-культурного, економічного та соціального.

В свою чергу Каганець-Гавриленко Л.П. [3], виділяє два структурні елементи категорії: природний та культурні ландшафти, а також засоби та умови здійснення туристично-рекреаційної діяльності. Дане визначення носить більш системний характер, виділяючи окремо природні передумови для здійснення діяльності, а також матеріально-технічні, що, по суті, відображає природу туристично-рекреаційної діяльності.

Ставлячись із повагою до точки зору кожного із вищезазначених авторів, ми більш схильні до думки Макара О. В. та Гарасюк Д. М. [4], які пропонують розглядати туристично-рекреаційний потенціал в якості ядра взаємодії безлічі факторів: матеріальних та нематеріальних, історично сформованих та динамічних тощо. Розглянемо більше докладно кожену групу факторів.

Перший блок складають фактори, що формують об'єктивні передумови здійснення туристично-рекреаційної діяльності на певній території: природно-кліматичні особливості території, екологічну ситуацію, наявність культурно-історичних об'єктів, які можуть бути цікаві туристам та рекреантам. Ця група факторів найменш підвладна втручанню, проте впливати на неї можливо, створюючи умови для збереження природних характеристик, усвідомленої екологічної навантаження, створюючи нові атракції.

Другий блок факторів складають виключно створені ресурси, які й формують можливість провадження туристсько-рекреаційної діяльності, її якість, доступність, економічну доцільність. Інфраструктурна складова включає як наявність об'єктів побутового обслуговування, транспортну доступність, об'єкти громадського харчування – тобто все те, чим безпосередньо користуються мешканці певної території, так і елементи туристичної сфери – турагентства, туроператори, що формують доступність вибору та придбання турпакетів, засоби розміщення тощо. Фінансові ресурси характеризують обсяг коштів, доступних для здійснення туристично-рекреаційної діяльності на території; інвестиційні можливості. Кадрові ресурси включають як управлінські кадри, які мають навички та компетенції для керівництва всіх рівнів управління з формування, організації, створення належних умов функціонування та розвитку туристсько-рекреаційної сфери, і трудові ресурси реалізації намічених планів. Освітні ресурси становлять перспективу розвитку кадрових ресурсів, тобто, ті умови та передумови, які існують для того, щоб забезпечити управлінськими кадрами та виконавцями туристично-рекреаційну сферу у майбутньому. Виробничі ресурси представлені виробництвом та забезпеченням продукцією, що користується попитом серед рекреантів і туристів та необхідної для здійснення туристично-рекреаційної діяльності.

Третій блок макроекономічних факторів представлений загальноекономічним становищем та політичною ситуацією. Загальноекономічне становище формує платоспроможний попит, без якого неможливий розвиток і функціонування туристичних територій, політична ситуація впливає на можливість відвідування певної території та безпеку перебування на ній.

Проте війна внесла корективи в кожен складову туристично-рекреаційного потенціалу України, яка буде відроджуватися ще не одне десятиріччя.

Незважаючи на виділення трьох блоків, слід зазначити, що всі вони досить умовні, оскільки формують туристично-рекреаційний потенціал лише у спільній взаємодії, відсутність одного з елементів суттєво знижує привабливість території та можливість здійснення туристської діяльності.

Таким чином, проведене дослідження туристично-рекреаційного потенціалу свідчить про те, що на сучасному етапі розвитку суспільства актуальними залишаються питання дослідження структури та змісту туристично-рекреаційного потенціалу, що є запорукою їхнього ефективного використання та гармонійного розвитку території. Автором виділено підхід до визначення структури туристично-рекреаційного потенціалу Макара О. В. та Гарасюк Д. М., що ґрунтується на принципах гармонізації його складових і є

взаємодоповнювальним, оскільки туристичний рекреаційний потенціал формується виняткового в результаті взаємодії всіх її складових елементів.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Огієнко А. В., Огієнко М. М. Теоретичні засади дослідження туристично-рекреаційного потенціалу. URL: [http://psae-jrnl.nau.in.ua/journal/1\\_75\\_1\\_2020\\_ukr/1\\_75\\_1\\_2020.pdf#page=31](http://psae-jrnl.nau.in.ua/journal/1_75_1_2020_ukr/1_75_1_2020.pdf#page=31)
2. Жулавський А. Ю., Гордієнко В. П. Природно-ресурсний потенціал регіону в системі економічних відносин. URL: <http://nbuv.gov.ua/portal/all/herald/2001-04/6.htm> 22.01.2013
3. Каганець-Гавриленко Л.П. Теоретична сутність та компонентна будова туристично-рекреаційного потенціалу. URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/download/2747/2666/>
4. Макара О. В., Гарасюк Д. М. Теоретичні основи формування територіальних туристично-рекреаційних систем. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nvpushk\\_2014\\_2\\_9](http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nvpushk_2014_2_9)

Науковий керівник: к. е. н., доцент Тищенко С. В.

## ТУРИ ВИХІДНОГО ДНЯ ЯК ДРАЙВЕР РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ

**МУЗИЧКО Анастасія,**

*здобувачка освітнього ступеня «Бакалавр»  
спеціальності «Туризм та рекреація»,*

*Національний університет біоресурсів і природокористування України, м. Київ*

У сучасному світі, де час є найціннішим ресурсом, тури вихідного дня стають все більш популярними. Вони пропонують можливість швидко та ефективно відпочити, отримати нові враження та перезавантажитися перед початком нового тижня. Цей вид туризму має значний потенціал стати драйвером розвитку туристичної галузі, адже він відповідає потребам сучасного туриста та має ряд переваг для економіки, суспільства та навколишнього середовища.

Тури вихідного дня – це короткострокові подорожі (зазвичай на 1–3 дні), що організуються у межах країни або регіону з метою відпочинку, оздоровлення, культурного збагачення чи активного дозвілля.

Розкриємо переваги турів вихідного дня для туристів:

*короткотривалість та інтенсивність* - тури вихідного дня дозволяють отримати максимум вражень за мінімум часу. За кілька днів можна відвідати цікаві місця, познайомитися з місцевою культурою та традиціями, насолодитися природою та відпочити від міської метушні;

*доступність* - вартість турів вихідного дня, як правило, є нижчою, ніж тривалих подорожей. Це робить їх доступними для широкого кола туристів, зокрема для молоді, сімей з дітьми та людей з обмеженим бюджетом;

*мета* - релаксація, знайомство з культурною спадщиною, гастротуризм, активний відпочинок (похід, сплав, екскурсії, велотури тощо);

*формати* - індивідуальні, сімейні, корпоративні, тематичні (агротури, еко-, етно-, гастротури);

*різноманітність* - тури вихідного дня можуть бути різноманітними за тематикою та спрямованістю. Туристи можуть обирати для себе відпочинок відповідно до своїх інтересів та вподобань - від активного відпочинку на природі до культурно-історичних екскурсій та гастрономічних турів [1].

Тури вихідного дня є важливим інструментом розвитку туризму, який має значний потенціал для економічного, соціального та екологічного розвитку регіонів, які проявляється у:

- стимулюванні місцевої економіки;
- залученні інвестицій;
- покращенні іміджу регіону;
- відновленні сил та енергії;
- зміцненні соціальних зв'язків;
- ознайомленні з культурою та традиціями;
- покращенні екологічної ситуації;
- вихованні екологічної свідомості [2].

Сучасний ринок туризму динамічно змінюється, і тури вихідного дня стають дедалі різноманітнішими, пропонуючи туристам не просто подорож, а унікальний досвід. Ось кілька нових форматів і концепцій таких турів:

- тематичні тури, що орієнтовані на конкретні інтереси туристів та дозволяють глибше зануритися в певну культуру або сферу діяльності. До найпопулярніших відносять гастрономічні, винні, етнографічні тури, мистецькі маршрути та екстремальні подорожі;

- агротуристичні та фермерські маршрути. Цей формат набирає популярності серед тих, хто прагне екологічного відпочинку та знайомства з локальними виробниками - відвідування екоферм із можливістю взяти участь у зборі врожаю чи догляді за тваринами, дегустаційні тури на сироварнях, пекарнях або медоварнях та відпочинок у глемпінгах та зелених садибах, які пропонують повне занурення в природу;

- освітньо-розважальні тури, які поєднують подорожі з навчанням або саморозвитком і стають популярними серед туристів. Це майстер-класи та воркшопи, історичні реконструкції та фототури.

Для успішного розвитку турів вихідного дня, на нашу думку, необхідно:

- проводити маркетингові дослідження - вивчити потреби та інтереси потенційних туристів, щоб створити продукти, які будуть користуватися попитом;
- розробити якісні туристичні програми - програми турів мають бути цікавими, насиченими та добре організованими;

- забезпечити якісний сервіс - туристи мають отримувати якісне обслуговування на всіх етапах подорожі;
- активно просувати туристичні продукти - використовувати різні канали комунікації для інформування туристів про можливості відпочинку.

Розвиток туризму вихідного дня може включати використання сучасних технологій, таких як мобільні додатки, онлайн-платформи для бронювання турів, віртуальні тури тощо. Це сприяє підвищенню доступності туристичних послуг, спрощенню процесу вибору та бронювання турів. За умови правильного підходу та ефективного управління, цей вид туризму може стати запорукою успіху туристичної галузі та сприяти створенню привабливого іміджу регіону на національному та міжнародному рівнях.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Редько К. Ю., Фурс О. С. Основні тенденції розвитку туризму в Україні. *Економічний вісник НТУУ «КПІ»*. 2020. №3. 7–13 с.
2. Кудінова І.П. Сучасні тренди туристичного розвитку м. Києва // *Економіка і управління бізнесом*, том 14, №2, 2023, – К., 2022 – С. 73-86.
3. Чаркіна Т. Ю., Зайцева В. М., Пікуліна О. В., Реукова А. О. Сучасні тренди розвитку та нові напрями туристичної індустрії. *Агросвіт*. 2022. № 3. С. 12–17.

Науковий керівник: к. е. н., доцент Кудінова І. П.

## СИСТЕМА ОРГАНІЗАЦІЇ ПРАЦІ НА ПІДПРИЄМСТВАХ ГОТЕЛЬНОГО ГОСПОДАРСТВА

**НІГРУЦА Лада,**

*здобувачка освітнього ступеня «Бакалавр»*

*спеціальності «Готельно-ресторанна справа»,*

*Київський національний університет технологій та дизайну, м. Київ*

В умовах сучасного ринку готельного бізнесу, де конкуренція зростає з кожним роком, важливу роль відіграє ефективне управління персоналом. Саме висококваліфікований персонал забезпечує якість сервісу, що стає ключовою перевагою підприємства у боротьбі за клієнтів. Готелі, які інвестують у навчання та розвиток своїх співробітників, отримують конкурентні переваги, що дозволяє їм не лише зберігати стабільність на ринку, а й розширювати свою діяльність.

Система управління персоналом повинна бути орієнтована не лише на контроль та організацію роботи, а й на створення комфортного робочого

середовища, що сприяє підвищенню мотивації працівників. Ефективна система мотивації включає в себе як матеріальні стимули (заробітна плата, премії, бонуси), так і нематеріальні фактори (кар'єрний ріст, соціальні гарантії, корпоративна культура). Адже задоволений співробітник буде більш залученим у робочий процес, що напряду впливає на якість обслуговування гостей.

Окрім того, сучасний готельний бізнес не може обійтися без цифрових технологій у сфері управління персоналом. Автоматизовані системи дозволяють оптимізувати розподіл робочого часу, контролювати продуктивність співробітників і покращувати комунікацію всередині колективу. Використання CRM-систем, електронного документообігу та програм для аналізу ефективності персоналу дає змогу мінімізувати адміністративні витрати та підвищити рівень управлінських рішень.

З огляду на складну економічну ситуацію та політичну нестабільність в Україні, готельна сфера стикається з викликами, пов'язаними з нестачею кваліфікованого персоналу, збільшенням навантаження на працівників та необхідністю оптимізації витрат. У цих умовах готелі змушені переглядати свої підходи до управління людськими ресурсами, щоб не лише зберегти якість сервісу, а й адаптуватися до нових реалій ринку.

Оцінка показників продуктивності праці персоналу в готельному господарстві є важливим інструментом для підвищення ефективності роботи підприємства. Враховуючи галузеву специфіку, основна мета такої оцінки полягає у визначенні факторів, що мотивують співробітників до продуктивної діяльності, оптимізації трудових процесів і створенні збалансованої системи стимулювання.

Об'єктивна оцінка продуктивності дозволяє не лише контролювати ефективність роботи персоналу, а й сприяти її покращенню шляхом впровадження дієвих механізмів мотивації. Вона базується на аналізі кількісних та якісних показників виконаної роботи, що дає змогу оцінити відповідність витрачених ресурсів отриманим результатам. Зокрема, у готельному бізнесі оцінка продуктивності праці може включати такі критерії, як швидкість і якість обслуговування гостей, рівень задоволеності клієнтів, ефективність використання робочого часу та ступінь залученості працівників у процес покращення сервісу.

Система матеріального та нематеріального стимулювання відіграє ключову роль у підвищенні продуктивності праці. До матеріальних стимулів належать заробітна плата, бонуси, премії та інші фінансові заохочення. Нематеріальні стимули включають кар'єрний ріст, можливості професійного розвитку, корпоративну культуру та соціальні гарантії. Важливою умовою ефективного стимулювання є його адаптація до індивідуальних особливостей співробітників, їхнього професійного рівня та трудового внеску.

Продуктивність праці персоналу підприємств готельного господарства України є багатофакторним показником, який визначається низкою економічних, соціальних та організаційних чинників. Доведено, що ключовими

аспектами, що впливають на ефективність роботи персоналу, є кількість готелів у регіоні, їхня середня місткість, структура номерного фонду, рівень завантаженості працівників, а також динаміка змін середньооблікової кількості штатних працівників.

Окрему роль у формуванні продуктивності відіграє частка іноземних гостей серед загальної кількості приїжджих. Оскільки іноземні туристи часто пред'являють підвищені вимоги до сервісу, персоналу готелів доводиться працювати з вищим рівнем навантаження, що безпосередньо впливає на якість та швидкість обслуговування.

Значним фактором також є укомплектованість персоналу відповідно до реальних потреб підприємства. Оптимальний розподіл робочої сили, коректне планування змін та управління навантаженням допомагають уникнути як надмірної завантаженості працівників, так і дефіциту персоналу, що може негативно позначитися на рівні сервісу.

Місткість готелю та структура номерного фонду визначають обсяг роботи, який необхідно виконувати персоналу. Великі готелі потребують значного штату працівників і більш чіткої системи координації, тоді як у менших закладах важливо забезпечити універсальність співробітників для ефективного виконання їхніх обов'язків.

Отже, підвищення продуктивності праці персоналу у сфері готельного бізнесу потребує комплексного підходу, що включає оптимізацію кадрової політики, удосконалення робочих процесів, запровадження ефективних методів управління персоналом та впровадження сучасних технологій для автоматизації обслуговування.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Продуктивність праці персоналу підприємств готельного господарства України. [Електронний ресурс]. URL: [https://www.economy.in.ua/pdf/1\\_2015/28.pdf](https://www.economy.in.ua/pdf/1_2015/28.pdf)
2. Особливості організації праці в готельному господарстві. [Електронний ресурс]. URL: [https://studopedia.com.ua/1\\_398843\\_osoblivosti-organizatsii-pratsi-v-gotelnomu-gospodarstvi.html](https://studopedia.com.ua/1_398843_osoblivosti-organizatsii-pratsi-v-gotelnomu-gospodarstvi.html)
3. Напрями раціональної організації праці готельно-ресторанного господарства. [Електронний ресурс]. URL: [https://www.easterneurope-ebm.in.ua/journal/17\\_2018/71.pdf](https://www.easterneurope-ebm.in.ua/journal/17_2018/71.pdf)
4. Підходи до формування кадрового забезпечення підприємств готельного господарства. Барна М. [Електронний ресурс]. URL: [https://tourlib.net/statti\\_ukr/barna4.htm](https://tourlib.net/statti_ukr/barna4.htm)
5. Організація готельного господарства. [Електронний ресурс]. URL: <https://dspace.oneu.edu.ua/jspui/bitstream/123456789/8542/1/Організація%20готельного%20господарства%20навчально-практичний%20посібник.pdf>

## ПРИРОДНО-ТУРИСТИЧНО-РЕКРЕАЦІЙНИЙ ПОТЕНЦІАЛ ЗАКАРПАТТЯ: СУЧАСНИЙ СТАН ТА СТРАТЕГІЧНІ НАПРЯМИ РОЗВИТКУ

**ОЛЕСІНЬ Іванна,**

*здобувачка освітнього ступеня «Бакалавр»  
спеціальності «Туризм та рекреація»,*

*Національний університет біоресурсів і природокористування України, м. Київ*

Закарпаття – один із найперспективніших регіонів України для розвитку природного туризму та рекреації. Унікальне географічне розташування, сприятливий клімат, багаті природні ресурси та історико-культурна спадщина створюють передумови для активного розвитку туристичної галузі. Водночас існують виклики, які гальмують повноцінне використання природного потенціалу регіону.

Природно-туристично-рекреаційний потенціал Закарпаття є надзвичайно високим і привабливим як для внутрішніх, так і для іноземних туристів. Регіон відзначається унікальним поєднанням гірських ландшафтів, густих лісів, чистих річок і озер, термальних та мінеральних джерел, що робить його ідеальним місцем для відпочинку, оздоровлення та активного туризму [1].

Природно-туристичний потенціал Закарпаття базується на наступних компонентах:

*природні ландшафти та екосистеми* - Карпати, численні гірські масиви, ліси та рівнини створюють можливості для активного туризму – гірських походів, екотуризму, спелеотуризму;

*водні ресурси* - термальні джерела (Берегове, Косино), мінеральні води, численні річки (Тиса, Уж, Латориця), озера (Синевир) є основою для рекреації, лікувального туризму та активних водних видів спорту;

*природно-заповідний фонд* - Національні парки та заповідники (Карпатський біосферний заповідник, Ужанський національний природний парк, Синевирський НПП) забезпечують збереження унікальних природних комплексів та сприяють розвитку екотуризму.

Однак повноцінне використання цього потенціалу стримується низкою факторів: недостатньо розвинена туристична інфраструктура, обмежене фінансування природоохоронних об'єктів, проблеми з екологічною стійкістю через масовий туризм. Тому для реалізації всіх можливостей регіону необхідні комплексні заходи щодо покращення транспортної доступності, екологічного менеджменту та маркетингового просування Закарпаття як туристичної дестинації, які включають:

1. Покращення транспортної доступності. Для того, щоб Закарпаття стало більш привабливим для туристів, необхідно суттєво покращити транспортну інфраструктуру. Це включає в себе модернізацію існуючих доріг та залізничних шляхів, що забезпечить швидке та комфортне пересування регіоном. Крім того, розвиток велоінфраструктури, зокрема створення велодоріжок та пунктів прокату, сприятиме активному відпочинку та екологічному туризму.

2. Екологічний менеджмент. Закарпаття відоме своєю унікальною природою, тому її збереження є ключовим аспектом розвитку туризму.

Необхідно впровадити ефективну систему роздільного збору та переробки сміття, щоб зменшити забруднення навколишнього середовища. Також важливо проводити регулярне очищення водойм та встановити жорсткий контроль за вирубкою лісів. Розвиток екотуризму, включаючи створення екологічних маршрутів та організацію освітніх програм, допоможе підвищити екологічну свідомість як місцевого населення, так і туристів.

3. Маркетингове просування. Для того, щоб Закарпаття стало відомим туристичним напрямком, необхідно активно займатися його просуванням. Створення єдиного туристичного бренду регіону допоможе сформувати позитивний імідж та підвищити його впізнаваність. Участь у міжнародних туристичних виставках дозволить презентувати потенціал Закарпаття широкій аудиторії. Розвиток онлайн-платформ для бронювання турів та проживання зробить планування подорожі зручнішим для туристів. Співпраця з блогерами та інфлюенсерами допоможе популяризувати Закарпаття в соціальних мережах та залучити молоду аудиторію.

Ці комплексні заходи дозволять не лише зробити Закарпаття привабливим для туристів, але й забезпечити сталий розвиток туристичної галузі, зберігаючи при цьому унікальну природу та культурну спадщину регіону.

Стратегічні напрями розвитку природно-туристично-рекреаційного потенціалу Закарпаття слідуючі:

1. Розвиток екологічного туризму. Закарпаття має унікальні природні ресурси, які необхідно зберегти та використовувати для розвитку екологічного туризму. Важливо створити екологічні маршрути, розвивати еко-готелі та організовувати еко-тури. Це дозволить залучити туристів, які цінують природу та прагнуть до екологічно чистого відпочинку.

2. Розвиток бальнеологічного туризму. Закарпаття відоме своїми мінеральними водами та лікувальними грязями. Необхідно модернізувати існуючі санаторії та курорти, а також створити нові спа-центри та оздоровчі комплекси. Це дозволить залучити туристів, які прагнуть до оздоровлення та релаксації.

3. Розвиток гірськолижного туризму. Закарпаття має чудові умови для гірськолижного спорту. Необхідно модернізувати існуючі гірськолижні курорти та створити нові сучасні комплекси. Це дозволить залучити туристів взимку та зробити Закарпаття популярним гірськолижним напрямком.

4. Розвиток сільського туризму. Закарпаття має багату культурну спадщину та традиції. Необхідно підтримувати місцеві громади у розвитку сільського туризму, створювати фермерські господарства для туристів та організовувати гастрономічні тури. Це дозволить залучити туристів, які цікавляться культурою та традиціями [2].

5. Розвиток культурно-пізнавального туризму. Закарпаття має багато історичних та культурних пам'яток. Необхідно відновити та зберегти ці пам'ятки, створити музеї та культурні центри, а також організовувати фестивалі та культурні заходи. Це дозволить залучити туристів, які цікавляться історією та культурою.

6. Розвиток активних видів туризму. Закарпаття має чудові умови для активного відпочинку. Необхідно розвивати мережу туристичних маршрутів, організовувати рафтинг, каякінг, скелелазіння та інші види спорту. Це дозволить залучити туристів, які прагнуть до активного відпочинку.

7. Покращення туристичної інфраструктури. Необхідно покращити транспортну інфраструктуру, розвивати готельний та ресторанний бізнес, а також створити інформаційні центри для туристів. Це дозволить зробити Закарпаття більш комфортним та зручним для туристів.

Реалізація окреслених стратегічних напрямів розвитку природно-туристично-рекреаційного потенціалу Закарпаття дозволить не лише розкрити туристичний потенціал регіону, але й забезпечити його сталий розвиток. Комплексний підхід, що поєднує збереження природних ресурсів, розвиток інфраструктури, популяризацію культурної спадщини та активне маркетингове просування, сприятиме перетворенню Закарпаття на привабливий туристичний напрямок міжнародного рівня.

Важливо, щоб реалізація цих стратегій здійснювалася у співпраці між органами державної влади, місцевим самоврядуванням, бізнесом та громадою. Це забезпечить ефективне використання ресурсів, врахування інтересів усіх зацікавлених сторін та досягнення максимальних результатів.

Закарпаття має всі необхідні передумови для того, щоб стати провідним туристичним регіоном України. Реалізація цих стратегічних напрямів дозволить не лише підвищити рівень життя місцевого населення, але й зробити вагомий внесок у розвиток туристичної галузі країни.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Самсонова В.В., Кудінова І.П. Теоретичні засади визначення рекреаційно-туристичного потенціалу сільських територій. Проблеми інноваційно-інвестиційного розвитку № 28. 2022. С. 99-109.
2. Michał Roman; Iryna Kudinova; Viktoriia Samsonova; Norbert Kawęcki (2024). Innovative Development of Rural Green Tourism in Ukraine. *Tourism and Hospitality*. 2024, 5(3), 537-558; <https://doi.org/10.3390/tourhosp5030033>

Науковий керівник: к. е. н., доцент Кудінова І. П.

## СІЛЬСЬКИЙ ЗЕЛЕНИЙ ТУРИЗМ ЯК СКЛАДОВА СТАЛОГО РОЗВИТКУ КИЇВСЬКОЇ ОБЛАСТІ

**ОСТАПЧЕНКО Анастасія,**

*здобувачка освітнього ступеня*

*«Бакалавр» спеціальності «Туризм та рекреація»,*

*Національний університет біоресурсів і природокористування України, м. Київ*

Сільський зелений туризм є перспективним напрямом туристичної діяльності, який поєднує відпочинок у природному середовищі, ознайомлення з культурою та традиціями місцевого населення, а також підтримку локальної економіки. У контексті сталого розвитку він відіграє ключову роль у збереженні природних та соціокультурних ресурсів, створенні нових робочих місць і підвищенні якості життя в сільській місцевості [1, 2].

Київська область має унікальні природні та історико-культурні ресурси для розвитку сільського зеленого туризму. Серед основних туристичних об'єктів можна виокремити:

- природні парки та заповідники (Національний природний парк "Залісся", Регіональний ландшафтний парк "Трахтемирів", Регіональний ландшафтний парк "Дніпровські острови", Дендропарк "Олександрія", Межигірський парк, етнографічні та історичні локації (Музей народної архітектури та побуту в Пирогові, Богуславський гранітний каньйон);

- агросадиби, фермерські господарства, де туристи можуть ознайомитися з традиційним сільським побутом та гастрономічною культурою.

Сільський зелений туризм відіграє також важливу роль у сталому розвитку, оскільки сприяє економічному зростанню сільських територій, підтримує місцеві громади, зберігає культурну спадщину та природні ресурси, а також стимулює екологічно відповідальні форми туризму. Так, розвиток сільського зеленого туризму в Київській області сприяє:

- економічному розвитку і проявляється через створення нових робочих місць, підвищення доходів місцевого населення, розвиток малого підприємництва;

- соціальному розвитку, а саме збереженню культурної спадщини, підтримки традиційних ремесел, розвиток місцевих громад;

- екологічному балансу, тобто раціональному використанню природних ресурсів, екологічно відповідальний туризм, зменшення навантаження на великі міста [3].

Незважаючи на значний потенціал, існують проблеми, що стримують розвиток сільського зеленого туризму, зокрема це недостатній рівень інфраструктури (дороги, комунікації, туристичні послуги); низький рівень маркетингової підтримки та популяризації агротуристичних продуктів та відсутність ефективних механізмів державної підтримки.

Тому, на нашу думку, для активізації розвитку сільського зеленого туризму необхідно розвивати інфраструктуру та логістику; стимулювати підприємницьку ініціативу через гранти та субсидії; створювати кластери та партнерства між туристичними підприємствами.

Сільський зелений туризм Київської області має великий потенціал як засіб відновлення та реабілітації, поєднуючи природні ресурси, сільську автентичність та оздоровчі практики, забезпечуючи гармонійний зв'язок людини з природою.

Для успішного розвитку сільського зеленого туризму в Київській області необхідно акцентувати увагу на наступних заходах:

- розвиток інфраструктури* - покращення дорожньої мережі, облаштування місць для розміщення туристів, розвиток туристичних маршрутів;

- популяризація регіону* - проведення інформаційних кампаній, фестивалів, ярмарків, створення сучасних туристичних сайтів та мобільних додатків;

- навчання та підготовка кадрів* - організація тренінгів, семінарів для місцевого населення щодо ведення туристичного бізнесу;

- залучення інвестицій* - співпраця з державними та приватними інвесторами, розробка грантових програм;

*розширення програм для ветеранів та переселенців, що потребують реабілітації;*

*створення центрів відновлення на базі екосадиб;*

*співпраця з медичними та психологічними центрами для впровадження терапевтичних турів.*

Сільський зелений туризм є важливим чинником сталого розвитку Київської області. Його розвиток сприятиме економічному зростанню, збереженню природного та культурного середовища, а також підвищенню якості життя в сільських громадах. Необхідно впроваджувати ефективні стратегії підтримки цього напрямку, щоб забезпечити його подальший розвиток у регіоні.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Диверсифікація європейського сільського туризму через збалансованість та креативність: навчально-практичний посібник / за ред. А. В. Череп, Н. С. Венгерської. – Запоріжжя: Видавничий дім «Гельветика». 2022. 272 с.
2. Кудінова І.П. Сучасні тренди туристичного розвитку м. Києва // Економіка і управління бізнесом, том 14, №2, 2023, – К., 2022 – С. 73-86.
3. Gabryjończyk, P., Kudinova, I., Samsonova, V. (2024). Rural tourism as a priority area for the development of agro-houses and rural areas of Ukraine. *Turystyka I Rozwój Regionalny*, 2024, (21), 45–53.
4. Michał Roman; Iryna Kudinova; Viktoriia Samsonova; Norbert Kawęcki (2024). Innovative Development of Rural Green Tourism in Ukraine. *Tourism and Hospitalsty*. 2024, 5(3), 537-558.

Науковий керівник: к. е. н., доцент Кудінова І. П.

## РОЛЬ ТА ЗНАЧЕННЯ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ В ТУРИСТИЧНІЙ ІНДУСТРІЇ

**ПАРХОМЧУК Андрій,**

*к.е.н., доцент, кафедри економіки, підприємництва та туризму,  
Поліський національний університет, м. Житомир*

**ТИЩЕНКО Світлана,**

*здобувачка освітнього ступеня «Бакалавр» спеціальності «Туризм та рекреація»,  
Поліський національний університет, м. Житомир*

Туризм пов'язаний із переміщенням людей як усередині країни, так і за її межами. У законодавстві низки європейських країн, таких як Франція та Італія, транспортні послуги розглядаються як ключовий елемент туристичного обслуговування поряд із розміщенням. Залежно від категорії, транспорт підрозділяється на:

- Повітряний включає регулярні авіарейси, чартерні перевезення та оренду повітряних суден з екіпажем. Чартером називають оренду будь-якого транспортного засобу (авіаційного, морського, річкового, автомобільного) туристичною компанією для перевезення своїх клієнтів.

- Водний здебільшого представлений круїзними суднами, а також поромами, які можуть перевозити не тільки пасажирів, а й їхні автомобілі.

- Сухопутний включає залізничний, автобусний і автомобільний транспорт (до 8 осіб). Він може працювати як за розкладом регулярних рейсів, так і у форматі спеціальних туристичних поїздок, чартерних рейсів або екскурсій. Сюди ж належить спеціалізований транспорт для трансферів між аеропортами, вокзалами та містами.

В багатьох регіонах, де є умови для розвитку туристично-рекреаційної діяльності, транспортне обслуговування туристів не відповідає європейським і міжнародним стандартам за багатьма показниками. Змінити дану ситуацію можливо тільки за рахунок інноваційного оновлення діяльності підприємств транспорту, що обслуговують туристів [1, с. 34].

Впровадження інноваційних технологій у сфері транспортного обслуговування туристів гальмується низкою факторів, які можна згрупувати наступним чином: *інституційні та адміністративні фактори* (недостатній рівень розвитку інноваційної транспортної та туристичної інфраструктури, відсутність регіональних програм інноваційного розвитку туристичного транспорту); *фінансові фактори* (нестача бюджетних коштів на реалізацію інноваційних змін у транспортному обслуговуванні туристів, недостатність фінансових ресурсів підприємств для впровадження інноваційних проєктів, відсутність інвесторів, готових вкладати в оновлення транспортної галузі, а також високі ризики фінансових, інвестиційних та інноваційних втрат); *ринкові фактори* (нерозвиненість ринку транспортно-туристичних послуг, відсутність маркетингових досліджень щодо попиту на різні види туристичного транспорту, брак статистичних даних про обсяги та сезонні коливання перевезень); *соціально-економічні фактори* (зниження рівня життя населення, що обмежує можливість впровадження інновацій, а також низька економічна ефективність окремих інноваційних рішень); *екологічні фактори* (підвищене антропогенне навантаження на довкілля, негативний вплив транспортної діяльності на рекреаційні ресурси регіону, забруднення водних об'єктів тощо) [2].

Авіація значно скоротила час подорожей, дозволяючи туристам швидко переміщатися між країнами та відвідувати найвіддаленіші куточки світу. Починаючи з 1938 року, завдяки технічному прогресу, авіаційний транспорт зазнав масштабної модернізації, що суттєво розширило спектр доступних послуг. Вихід на міжнародні маршрути широкофюзеляжних літаків, здатних перевозити сотні пасажирів, відкрив нові можливості у сфері авіаперевезень. Символом цієї нової епохи став літак «Джамбо-Джет» – Boeing 747. Такі повітряні судна переважно використовуються для далеких рейсів, що зумовлює їхню високу вартість.

Справжній прорив у туристичних перевезеннях відбувся з появою лоукост-авіакомпаній (low-cost carrier), які запропонували мандрівникам доступні ціни на квитки, скоротивши витрати за рахунок відмови від

традиційних додаткових послуг. Це значно розширило можливості подорожей і зробило авіаперельоти доступнішими для широкого кола туристів.

Залізничний транспорт сьогодні активно конкурує з авіацією завдяки розвитку високошвидкісних магістралей (ВШМ) та підвищенню якості послуг, які він надає. Це дозволяє залізничним перевезенням успішно конкурувати з сервісами, які пропонують авіакомпанії.

Останніми роками світовий круїзний ринок переживає значні трансформації. На ринку морських перевезень активно об'єднуються зусилля для залучення клієнтів, а також відбувається укрупнення компаній. Особливо в Європі з'являються нові компанії, орієнтовані на організацію більш доступних поїздок, а також розвиваються поромні перевезення. Однією з найбільших круїзних компаній є «Carnival Corporation & plc», яка являє собою корпоративну структуру, що об'єднує дві компанії з різними власниками, які працюють спільно для ефективного ведення бізнесу. Це компанія «Carnival Corporation», зареєстрована в Панамі, і компанія «P&O Princess plc», зареєстрована в Англії та Уельсі.

Таким чином, інноваційний розвиток транспортної сфери є ключовим для успішної та якісної організації подорожей. Туристичний бізнес часто виступає ініціатором та експериментатором в освоєнні сучасних технологій, постійно змінюючи форми та способи надання послуг, а також відкриваючи нові можливості для розвитку.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Ципко В.В. Сучасні тенденції та напрями інноваційного розвитку індустрії туризму: Київ, 2020. 232 с.
2. Бараш Ю. С., Марценюк Л. В., Чаркіна Т. Ю., Іноваційний розвиток пасажирських компаній за рахунок обслуговування туристичних перевезень. *Електронний журнал «Ефективна економіка»*. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=5928>
3. Бараш Ю. С. Принципи визначення витрат на туристичні перевезення по вузьким коліям. *Інвестиції: практика та досвід*. 2016. № 9. С. 13-22.
4. Скалозуб В.В. Багатоетапна інвестиційна модель розвитку залізничного туризму на Закарпатті. *Інвестиції: практика та досвід*. 2017. № 14. С. 5-13.

Науковий керівник к. е. н., доцент Тищенко С. В.

## РИЗИКИ ДЛЯ ТУРИСТИЧНОГО БІЗНЕСУ В УМОВАХ ЕКОНОМІЧНОЇ НЕСТАБІЛЬНОСТІ

**ПОПКОВА Ксенія,**

*здобувачка освітнього ступеня «Бакалавр» спеціальності «Туризм та рекреація»,  
Таврійський державний агротехнологічний університет імені Дмитра Моторного,  
м. Запоріжжя*

Туристичний бізнес є однією найчутливіших до зовнішніх факторів галузей економіки. Він безпосередньо залежить від стабільності економічної,

політичної та соціальної ситуації, а також від глобальних трендів, таких як технологічний прогрес, екологічні зміни та поведінка споживачів [1]. Однак у періоди економічної нестабільності туристична індустрія стикається з серйозними викликами, які можуть мати довгострокові наслідки для її розвитку.

Економічна нестабільність, що проявляється через інфляцію, коливання валютних курсів, падіння купівельної спроможності населення та зменшення інвестицій, створює низку ризиків для туристичного бізнесу. Ці ризики впливають не лише на фінансові результати компаній, але й на їхню здатність залишатися конкурентоспроможними на ринку. Наслідки цих ризиків можуть бути різноманітними: від скорочення прибутків і закриття малих підприємств до втрати робочих місць і погіршення якості туристичних послуг.

Розглянемо більш детально ці наслідки для туристичного бізнесу.

1. Скорочення прибутків. Населення скорочує витрати на непершочергові потреби, до яких належить туризм. Це призводить до значного зниження попиту на туристичні послуги (особливо на дорогі тури). Туристичні об'єкти (готелі, курорти, санаторії) стикаються зі зменшенням кількості гостей, що призводить до незаповненості номерного фонду.

2. Банкрутство малого та середнього бізнесу. Малі та середні туристичні компанії часто не мають достатньої фінансової стійкості, щоб витримати тривалі періоди економічної нестабільності. Багато малих підприємств не мають достатніх резервів для покриття витрат у періоди кризи, що призводить до їхнього банкрутства. Виникають ситуації, коли вони не можуть конкурувати з великими мережами.

Аналізуючи дані щодо частки збиткових туристичних агентств і туроператорів у регіонах України за період 2014–2022 років, можна виділити кілька ключових тенденцій. Загалом, частка таких підприємств варіювалася в межах 23–44%, із піковими значеннями у 2020 році (38,9%) та 2022 році (43,6%). Основними причинами зростання збитковості стали пандемія COVID-19 та економічна нестабільність, спричинена воєнним станом. Найнижчий рівень збитковості зафіксовано у 2021 році (23,3%), що, ймовірно, свідчить про тимчасове відновлення туристичної галузі після скасування карантинних обмежень [2]. Частка збиткових підприємств суттєво відрізняється залежно від регіону, що вказує на неоднакові економічні умови та рівень розвитку туристичної сфери в кожному з них.

3. Втрата робочих місць. У зв'язку зі зменшенням обсягів продажів та завантаженості туристичних об'єктів компанії змушені скорочувати штат працівників. Через нестабільність у туристичній галузі багато фахівців шукають роботу в інших сферах, що призводить до втрати кваліфікованих кадрів. Інвестори стають більш обережними у періоди нестабільності, що призводить до заморожування будівництва нових готелів, курортів чи розважальних комплексів.

4. Погіршення якості послуг. Скорочення інвестицій у сервіс призводить до економії на якості послуг. Скорочення зарплат або страх втратити роботу негативно впливають на мотивацію персоналу, що в свою чергу відбивається на якості обслуговування. Якщо туристичні послуги погіршуються через економічну кризу, це може призвести до втрати довіри з боку клієнтів, що важко відновити навіть після стабілізації ситуації.

Підвищення якості послуг у сфері міжнародного туризму є ключовим фактором, який сприяє покращенню результатів діяльності туристичної галузі через підвищення задоволеності туристів, їхню лояльність та позитивний імідж країни чи регіону як туристичного напрямку. Висока якість послуг створює позитивні враження у туристів, стимулює їхню повторну поїздку та надання рекомендацій іншим, що в свою чергу сприяє зростанню туристичного потенціалу та підвищенню доходів від туризму [3].

Аналіз ризиків у туристичному бізнесі показує, що галузь є вразливою до глобальних криз, економічної нестабільності та соціально-політичних змін. Найбільш критичними факторами, що спричинили зростання збитковості підприємств, стали пандемія COVID-19, воєнний стан та коливання купівельної спроможності населення. Проведений аналіз підтверджує необхідність адаптації туристичної галузі до сучасних викликів та розробки заходів підтримки для зменшення фінансових втрат підприємств.

### СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Тебенко В.М., Завадських Г.М., Лисак О.І. Інноваційні складові відновлення сфери туризму. *Науково-виробничий журнал «Бізнес-навігатор»*, 2022. №3(70). С. 70-75. DOI: <https://doi.org/10.32847/business-navigator.70-13>
2. Питома вага підприємств, які отримали збиток, у загальній кількості підприємств, за видами економічної діяльності у розрізі регіонів (2014–2022) URL: <https://www.ukrstat.gov.ua/> (дата звернення 10.02.2025 р.)
3. Демко В.С. Стратегічні напрями розвитку міжнародного туризму. *Збірник наукових праць Таврійського державного агротехнологічного університету імені Дмитра Моторного* / За ред. Т. І. Яворської. Запоріжжя: Видавничий дім «Гельветика», 2024. № 3 (52). 148 с. С. 8-18. DOI: <https://doi.org/10.32782/2519-884X-2024-52-1>

Науковий керівник к. е. н., доцент Тебенко В. М.

### ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ВИВЧЕННЯ ТУРИЗМУ В КОНТЕКСТІ ТЕРМІНО-ПОНЯТІЙНОГО АПАРАТУ

**ПРИВЕДЬОН Валерія,**

*здобувачка освітнього ступеня «Бакалавр» спеціальності «Туризм та рекреація»,  
Поліський національний університет, м. Житомир*

**ВАЛІНКЕВИЧ Наталія,**

*д. е. н., професор, завідувач кафедри економіки, підприємництва та туризму,  
Поліський національний університет, м. Житомир*

Туризм є важливою складовою сучасного суспільства, що відіграє значну роль у соціальному, економічному та культурному розвитку держав. Його формування як самостійної сфери діяльності стало результатом

довготривалих історичних процесів, які охоплювали розвиток суспільства, зміну форм подорожей та удосконалення інфраструктури. З огляду на глобалізацію, урбанізацію та технологічний прогрес, туризм перетворився на масове явище, що об'єднує різні країни, культури та економіки. Водночас, туризм постійно змінюється, пристосовуючись до нових потреб та очікувань суспільства, а його визначення продовжує вдосконалюватися з урахуванням сучасних тенденцій і викликів.

Відомо, що перші подорожі з метою туризму стали відбуватися ще давнину. Усвідомлення туризму як специфічної та необхідної галузі життя в сучасному світі виникло лише у XIX столітті завдяки Томасу Куку. Саме він заснував туризм як вид самостійної діяльності та заклав основи розвитку туристичної діяльності. Однак, незважаючи на тривалу історію, туризм досі не отримав однозначного визначення, тому по-різному трактується не лише окремими фахівцями, а й туристичними організаціями. У сфері туризму використовують значну кількість спеціальних термінів та понять, які в основному ще не отримали загальноприйнятого визнання, вони продовжують розвиватися та вдосконалюватися. В уявленні більшості людей туризм пов'язаний із відпочинком, новими враженнями, задоволенням [1]. Він став характерною рисою способу життя сучасної людини, що прагне зміни вражень, пізнання яскравого і різноманітного.

Перша письмова згадка термінів «туризм» та «турист», датована 1800 роком, була запропонована у Великому Оксфордському словнику. Термін «туризм» міцно увійшов у світову практику з другої половини XIX століття. Спочатку він означав пішохідне переміщення з метою прогулянки, а в XX столітті поступово набув універсального значення, охоплюючи цим поняттям будь-які переміщення людини з метою відпочинку, оздоровлення та пізнання [2]. Тим не менш, протягом багатьох десятиліть у науковій літературі туризм вважали видом рекреації. Проте, сама рекреація представлена як функція туризму, що стосується відновлення фізичних і духовних сил, витрачених людиною в процесі трудової діяльності, тож вважати туризм рекреацією буде невірним підходом. Багато авторів робили спроби дати узагальнення терміну туризм, проте, досі, незважаючи на масштабний загальносвітовий розвиток, немає єдиного визначення феномену туризму [3; 5; 6].

Необхідність найточнішого визначення туризму виникла першій половині XX століття і була зумовлена збільшенням туристських потоків. Одне з перших визначень, прийняте ООН, трактувало туризм як активний відпочинок, що впливає на зміцнення здоров'я, фізичного розвитку людини, пов'язаний з пересуванням за межами постійного місця проживання. Більш широке визначення цього поняття пропонує Академія туризму у Монте-Карло, відповідно до якого туризм – загальне поняття для всіх форм тимчасового виїзду людей з місця постійного проживання в оздоровчих цілях для задоволення пізнавальних інтересів у вільний час або професійно-ділових цілей без зайняття оплачуваною діяльністю у місці тимчасового перебування [5].

Згідно з одним із сучасних визначень, запропонованих Статистичною комісією ООН, датованої 1992 роком, туризм – це подорожі та перебування у

місцях, що знаходяться поза межами звичайного місця постійного проживання подорожуючого, тривалість якого не перевищує 12 місяців. З метою відпочинку, а також задоволення, гостьових, пізнавальних чи професійно-ділових потреб, без занять оплачуваною діяльністю [3; 5].

В державній мові терміни «туризм» та «турист» з'явилися порівняно недавно, як запозичення, взяті за допомогою французької та англійської мов. На думку більшості авторів, поняття туризму та туристичної діяльності є рівноправними. Отже, туризм та туристична діяльність – синоніми.

У науковій літературі з питань туризму відсутнє однозначне визначення. Так, Колосінська М.І. визначає туризм як велику економічну систему з різноманітними зв'язками між окремими елементами в рамках як народного господарства окремої країни, так і зв'язків національної економіки зі світовим господарством загалом. Широке поширення серед фахівців набуло сутнісного визначення туризму, запропоноване Міжнародною асоціацією наукових експертів у галузі туризму. Згідно з ним, туризм – сукупність відносин і явищ, які виникають у час переміщення та перебування людей у місцях, відмінних від їхнього постійного місця проживання та роботи [4]. Сазонець О.М., Ємельянова Ю.В визначають туризм як особливий масовий рід подорожей із чітко визначеними цілями туризму, які здійснюються власне туристами, тобто діяльність самого туриста. Діяльність з організації та здійснення таких подорожей – туристична діяльність [5]. Туристична діяльність здійснюється різними підприємствами індустрії туризму та суміжних галузей. У свою чергу, Сазонець О.М. визначає туристичну діяльність як діяльність, пов'язану з організацією всіх форм виїзду людей з місця постійного проживання в оздоровчих цілях для задоволення пізнавальних інтересів або у професійно-ділових цілях без зайняття оплачуваною діяльністю у місцях тимчасового перебування [7]. Особлива роль у провадженні такої діяльності належить туристичним підприємствам. Вони є посередниками між виробниками туристичних послуг – готелями, ресторанами, транспортними організаціями та споживачами. У статистиці ж під туризмом розуміють одну з форм міграції населення, пов'язану зі зміною місця проживання чи роботи.

Відмітимо, що туризм виконує багато функцій, тому наведемо деякі з них [4; 5]:

*естетичні* – задоволення потреб особистості у загальному гармонійному розвитку;

*нормативні* – вироблення та закріплення певних норм, що мають регламентуюче та оцінне значення;

*інформаційні* – реалізація, накопичення, розподіл та передача від покоління до покоління відомостей про пам'ятки, культурні цінності народів тощо;

*правові* – регламентування туристичної діяльності законами, міжнародними та вітчизняними правовими актами;

*економічні* – матеріально-фінансове та технічне забезпечення діяльності туристських підприємств, фахівців, утримання та експлуатація споруд, оплата праці.

Таким чином, незважаючи на відмінність формулювань, та визначень, всі автори включають у поняття «туризм» туристські потреби та мотивації, а також особливості поведінки туристів, їх перебування поза постійним місцем проживання, економічні відносини, що складаються між туристами та виробниками товарів та послуг, взаємодія сфери туризму з оточуючим природним, економічним та іншими макросередовищами.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Шелеметьєва Т.В. Систематизація наукових підходів до визначення сутності поняття «управління розвитком туризму». URL: [https://economyandsociety.in.ua/journals/13\\_ukr/52.pdf](https://economyandsociety.in.ua/journals/13_ukr/52.pdf)
2. Dzhyndzhoian, V. Modern challenges to international tourism. Materials of the XV International Science Conference «The world science of modernity. Матеріали Всеукраїнської науково-практичної конференції (ВНПЗ ДГУ, 27.05.2022) 16 Problems and prospects of development», Paris, France. (March 25-26, 2021). Pp. 248-249.
3. Джинджоян В. В., Овчиннікова Т. А. Історія становлення та розвитку міжнародного туризму. Теоретико-прикладні аспекти розвитку туризму та гостинності в умовах міжнародної економічної інтеграції : матер. Всеукр. наук.-практ. конф. (Дніпро, 27 трав. 2022 р.). Дніпро : ВНПЗ «Дніпровський гуманітарний університет», 2022. С. 14-16. URL: [surl.li/wkbiws](http://surl.li/wkbiws)
4. Колосінська М.І. Дослідження теоретичних підходів до визначення категорії «туризм». Економіка. Управління. Інновації. 2011. № 2(6). С. 67–75.
5. Сазонець О.М., Ємельянова Ю.В. Теоретичні підходи до визначення туризму. Теоретико-прикладні аспекти розвитку туризму та гостинності в умовах міжнародної економічної інтеграції : матер. Міжн. наук.-практ. конф. (Дніпро, 16 трав. 2023 р.). Дніпро : ВНПЗ «Дніпровський гуманітарний університет», 2023. С. 77-78.
6. Туризм. Сутність та історія формування. URL: [surl.li/lzlawp](http://surl.li/lzlawp)
7. Сазонець О.М. Туристична індустрія (Tourist industry). Охорона здоров'я та рекреація: понятійно-термінологічний словник. Рівне. Волин. обереги, 2023. 134 с.

Науковий керівник д. е. н., професор Валінкевич Н. В.

## КАСКАДНІ ТУРИ ЯК ІННОВАЦІЙНИЙ ФОРМАТ ПОДОРОЖЕЙ

**ПУСАН Євгеній,**

*здобувач освітнього ступеня «Бакалавр»*

*спеціальності «Туризм та рекреація»,*

*Національний університет біоресурсів і природокористування України, м. Київ*

Сучасна індустрія туризму має все більший попит на інноваційні формати туризму, які поєднують різноманітний дозвілля, розваги та активний відпочинок. Одним із нових форматів є каскадні тури, які пропонують

відпочинок на різних рівнях, включаючи активні, культурні, гастрономічні та релаксаційні елементи. Ці маршрути дозволяють туристам отримати комплексний досвід і оптимально розподілити навантаження на туристичну інфраструктуру.

Каскадний туризм – це інноваційна модель туризму, яка може гармонійно поєднати різні види діяльності, підвищити якість відпочинку, залучити ширше коло туристів [1].

Завдяки природному розмаїттю, історико-культурній спадщині та гастрономічному різноманіттю відпочинкові ресурси України мають великий потенціал для розвитку каскадного туризму. Найперспективнішими регіонами для впровадження цієї моделі визначено Карпатський регіон, Львівську область, Одеську область, Київську область та Полтавську область.

Інноваційні технології відіграють ключову роль у розвитку каскадних турів, підвищуючи рівень персоналізації та автоматизації послуг. Мобільні додатки дозволяють туристам отримувати доступ до інтерактивних маршрутів, бронювати послуги в режимі реального часу та отримувати рекомендації відповідно до своїх уподобань. Віртуальна та доповнена реальність допомагають відвідувачам взаємодіяти з історичними об'єктами та природними пам'ятками у новий спосіб, створюючи ефект присутності. Аналітика великих даних сприяє більш точному прогнозуванню туристичних потоків і розробці індивідуальних пропозицій, тоді як технології IoT (Інтернет речей) покращують безпеку та комфорт під час подорожей[2,3,4]. Крім того, блокчейн-технології забезпечують прозорість фінансових операцій і підвищують рівень довіри між туристами та постачальниками послуг.

Усе це свідчить про поступовий перехід до більш інтерактивних і технологічно розвинених туристичних продуктів, що відповідають сучасним вимогам ринку.

З огляду на зростання попиту на багаторівневі тури та активний розвиток технологій у сфері туризму, актуальним завданням є адаптація цих тенденцій до українського ринку. Враховуючи унікальне культурне та природне розмаїття України, впровадження каскадних турів може значно підвищити туристичну привабливість регіонів, стимулювати місцеву економіку та створити нові можливості для залучення як внутрішніх, так і іноземних туристів.

Для ефективного розвитку каскадних турів в Україні запропоновано такі рекомендації:

- розвиток туристичної інфраструктури та цифрових платформ для бронювання комплексних маршрутів, що включають різні типи відпочинку та активностей. Це сприятиме зручному плануванню подорожей, підвищенню якості обслуговування та залученню широкої аудиторії туристів;
- інтеграція локальних виробників, ремісників та фермерських господарств у туристичні маршрути з метою популяризації традиційних українських ремесел, гастрономії та культури. Це допоможе створити унікальні враження для мандрівників і водночас підтримувати місцеві громади;
- використання сучасних маркетингових стратегій для просування каскадних турів, включаючи digital-маркетинг, соціальні мережі, колаборації з

блогерами та туристичними платформами. Особливу увагу варто приділити створенню візуального контенту та історій, що відображають автентичність та унікальність маршрутів;

- запровадження механізмів фінансової підтримки для туристичних операторів, які розробляють та впроваджують каскадні тури, зокрема грантових програм, пільгових кредитів та податкових стимулів. Це сприятиме розвитку малого та середнього бізнесу в туристичній сфері;

- активне залучення місцевих громад до розробки та реалізації туристичних продуктів. Підвищення рівня взаємодії між туристичними операторами, органами місцевого самоврядування та мешканцями регіонів сприятиме створенню сталих і самодостатніх туристичних маршрутів.

Запровадження цих заходів дозволить зробити каскадні тури в Україні не лише популярним, але й економічно вигідним напрямом, який сприятиме розвитку регіонів, підвищенню зайнятості населення та збереженню культурної спадщини країни. Використання інноваційних технологій, стратегічне планування та ефективна маркетингова кампанія можуть сприяти успішному впровадженню каскадних турів в Україні та їх подальшій популяризації на міжнародному ринку.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Іванов, О. П. Інновації в туризмі: сучасний підхід до організації подорожей. Київ: Наукове видавництво «Університет». 2021. С. 51-62.
2. Кудінова І.П. Туризм як фактор соціально-економічного розвитку та його інноваційні напрямки // Біоекономіка і аграрний бізнес. Вип. 10, № 1. К., 2019. С. 50-57.
3. Кудінова І.П. Інноваційний туристичний продукт як фактор розбудови туристичної індустрії // Біоекономіка і аграрний бізнес. Вип. 12, № 2. К., 2020. С. 36-42.
4. Кудінова І.П. Сучасні тренди туристичного розвитку м. Києва // Економіка і управління бізнесом, том 14, №2, 2023, К., 2022. С. 73-86.

Науковий керівник к. е. н., доцент Кудінова І. П.

## ВИКЛИКИ ТА МОЖЛИВОСТІ ДЛЯ УКРАЇНСЬКОГО ТУРИЗМУ В УМОВАХ ЄВРОІНТЕГРАЦІЇ

**САЛІВОНІК Мирослава,**

*здобувачка першого (бакалаврського) рівня вищої освіти, відділення бакалаврату,  
кафедри туризму та готельно-ресторанної справи,  
Київський фаховий коледж туризму та готельного господарства, м. Київ*

Український туристичний ринок має значний потенціал, але стикається з численними викликами. Аналіз поточного стану показує, що, попри багату

культурну спадщину, природні ресурси та гастрономічні традиції, Україна поступається країнам ЄС за рівнем сервісу та інфраструктури. Основними конкурентними перевагами нашої країни є культура, яка багата своєю історією, кухня, а саме автентичні страви, які передаються з покоління в покоління, природа, якою наділена наша земля – ліси, гори, моря, степи, ціни – доступніші в порівнянні з європейськими країнами.

Адаптація українських стандартів у туристичній сфері до європейських вимог є важливим кроком для інтеграції України в європейський туристичний простір. Однак, цей процес супроводжується низкою проблем, які потребують уважного розгляду та вирішення. Основними проблемами є те, що впровадження європейських стандартів сертифікації вимагає значних фінансових та організаційних зусиль від українських туристичних об'єктів. Також, недостатня обізнаність українських підприємців, що вимагає постійного навчання та підвищення кваліфікації щодо вимог та процедур сертифікації та відповідності європейським стандартам. Потрібні розробка та впровадження ефективних механізмів контролю за дотриманням європейських стандартів. [1]

Війна кардинально змінила туристичні пріоритети та запити. Через високі ризики іноземний туризм значно скоротився, натомість зросла зацікавленість у безпечних регіонах для внутрішнього відпочинку. В умовах воєнного стану популярність набувають еко-туризм, культурні маршрути у відносно безпечних регіонах та волонтерський туризм. Для збереження іміджу України як туристичної країни необхідні ефективні комунікаційні стратегії.

Роль держави у розвитку туристичної галузі є ключовою. Держава виступає не лише як регулятор, але й як активний учасник, що створює умови для сталого та конкурентоспроможного розвитку туризму. Європейський досвід показує, що активна державна політика сприяє залученню інвестицій у туристичну сферу. [2]

Сучасні технології відіграють ключову роль у розвитку туризму. VR-тури, онлайн-бронювання та мобільні додатки дозволяють мандрівникам ознайомлюватися з туристичними локаціями та планувати подорожі дистанційно. Інтеграція українських туристичних платформ із європейськими системами бронювання сприяє залученню іноземних туристів та спрощує доступ до українських туристичних послуг. Впровадження подібних рішень в Україні сприятиме підвищенню конкурентоспроможності галузі.

В Україні є значний потенціал для розвитку екотуризму. Карпати, Полісся, заповідні території приваблюють туристів своєю унікальною природою та можливостями для активного відпочинку, що сприяє популяризації зеленого туризму. Важливо також впроваджувати екологічну сертифікацію готелів і ресторанів за європейськими стандартами. Це підвищить рівень довіри туристів та стимулюватиме бізнес переходити на екологічно відповідальні моделі роботи. [3]

Культурна дипломатія є потужним інструментом для формування позитивного іміджу України за кордоном. Просування української культури та історичної спадщини через мистецтво, музику, літературу та архітектуру допомагає зацікавити європейських туристів. Українська діаспора може стати

амбасадором туризму в ЄС, популяризуючи туристичний потенціал країни серед європейців і сприяючи залученню нових гостей.

Отже, Україна має значний туристичний потенціал і може стати частиною європейських маршрутів. Включення українських міст, історичних об'єктів і природних пам'яток до загальноєвропейських туристичних шляхів сприятиме залученню іноземних мандрівників. Популяризація зазначених напрямків допоможе представити Україну як привабливий туристичний регіон.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Омельчак Г. Особливості інноваційного розвитку туризму України в умовах війни та євроінтеграції. URL: [https://www.researchgate.net/publication/374253752\\_OSOBLIVOSTI\\_INNOVACIYNOGO\\_ROZVITKU\\_TURIZMU\\_U\\_KRAINI\\_V\\_UMOVAN\\_VIJNI\\_TA\\_EVROINTEGRACII](https://www.researchgate.net/publication/374253752_OSOBLIVOSTI_INNOVACIYNOGO_ROZVITKU_TURIZMU_U_KRAINI_V_UMOVAN_VIJNI_TA_EVROINTEGRACII) (дата звернення 12.02.2025).
2. Україна на шляху до ЄС: виклики та перспективи : матеріали круглого столу до Дня Європи в Україні (Київ, 9 трав. 2024 р.) : / за заг. ред. Л. Г. Комахи, М. С. Орлів, Ю. Г. Рубана. Київ: ННІ ПУДС КНУ, 2024. 112 с. URL: <https://ipacs.knu.ua/pages/osn/2/news/2112/files/6598623b-90b4-4f0e-a02a-33621cdb7e61.pdf> (дата звернення 12.02.2025).
3. Інтеграція України у світовий ринок туристичних послуг. URL: <https://journal.eae.com.ua/index.php/journal/article/view/310> (дата звернення 12.02.2025).

Науковий керівник: к. е. н., викладач Джгуташвілі Н. М.

## ЄВРОІНТЕГРАЦІЙНІ ПРОЦЕСИ РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ: ТЕНДЕНЦІЇ ТА ПЕРСПЕКТИВИ

**СЕЛЮЧЕНКО Олександр,**

*здобувач першого (бакалаврського) рівня вищої освіти,  
відділення бакалаврату, кафедри туризму та готельно-ресторанної справи,  
Київський фаховий коледж туризму та готельного господарства, м. Київ*

Європейська інтеграція у сфері туризму є важливим фактором економічного розвитку багатьох країн. Україна, попри всі труднощі сьогодення, має перспективи розвитку туризму в даному напрямі. Необхідність євроінтеграції в туристичній сфері має ряд переваг.

Одним із ключових аспектів розвитку туризму в умовах євроінтеграції є покращення транспортної інфраструктури. Наприклад, розвиток швидкісних поїздів та авіарейсів між містами робить подорожі комфортнішими та швидшими.

Завдяки євроінтеграції збільшиться потік іноземних інвестицій у туристичний сектор. Наприклад, великі міжнародні готельні мережі, такі як Marriott, Hilton, Radisson, відкривають свої представництва у великих містах, що не тільки покращує якість сервісу, а й створює нові робочі місця.

Ще одним важливим аспектом є перспектива впровадження європейських стандартів у сфері туризму. Це стосується якості послуг, екологічних стандартів, безпеки, а також розвитку інклюзивного туризму.

Наприклад, у країнах ЄС діють суворі вимоги до екологічної безпеки туристичних об'єктів. Україна та інші країни, що інтегруються в європейський простір, поступово впроваджують ці стандарти, що сприяє розвитку сталого туризму та збереженню природних ресурсів. [1]

Також підвищуються вимоги до якості обслуговування у готелях, ресторанах, транспорті, що робить відпочинок для туристів більш комфортним. Усі ці фактори сприятимуть збільшенню кількості іноземних відвідувачів та покращенню іміджу України на міжнародному рівні.

В свою чергу, Україна має величезний туристичний потенціал, який включає багату культурну спадщину, мальовничі природні ландшафти та унікальні традиції. Однак для повноцінного використання цього потенціалу необхідно активно працювати над підвищенням міжнародного іміджу країни як привабливого туристичного напрямку. Співпраця з країнами Європейського Союзу, обмін досвідом у сфері сервісу та управління туризмом, а також популяризація української культури можуть значно покращити конкурентоспроможність України на європейському туристичному ринку.

Для того щоб Україна стала більш привабливою для іноземних туристів, необхідно розвивати інфраструктуру, покращувати якість сервісу та проводити активну міжнародну інформаційну кампанію. [2]

Європейські країни мають багаторічний досвід розвитку туристичної галузі, який може бути корисним для України. Основні напрямки співпраці включають:

1. Підвищення кваліфікації персоналу. Навчання українських готельєрів, рестораторів та екскурсоводів за європейськими стандартами сприятиме підвищенню рівня обслуговування.

2. Спільні туристичні програми. Наприклад, створення маршрутів, що охоплюють кілька країн, включаючи Україну, може сприяти залученню нових категорій туристів.

3. Впровадження сучасних технологій. Використання цифрових сервісів, таких як мобільні додатки для туристів, інтерактивні карти та онлайн-бронювання, зробить Україну більш зручною для іноземних гостей. [3]

Європейська інтеграція відіграє ключову роль в підвищенні міжнародного іміджу України як туристичного напрямку. Але це потребує комплексного підходу, який включає розвиток інфраструктури, покращення сервісу, активну промоцію культури та співпрацю з європейськими країнами. Завдяки правильній стратегії Україна може зайняти гідне місце на туристичній мапі Європи та залучити більше іноземних відвідувачів, що, у свою чергу, сприятиме економічному розвитку країни.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. «Україна на шляху до ЄС: реалії і перспективи». Український центр економічних і політичних досліджень імені Олександра Разумкова. №1-2 (187-188) 2022. URL:[chromeextension://efaidnbnmnibpcjpcglclefindmkaj/https://razumkov.org.ua/images/journal/NSD187-188\\_2022\\_ukr\\_full.pdf](chromeextension://efaidnbnmnibpcjpcglclefindmkaj/https://razumkov.org.ua/images/journal/NSD187-188_2022_ukr_full.pdf) (дата звернення: 16.02.2025).
2. Зарубіна А., Сіра Е. Особливості туризму в умовах воєнного стану. Економіка та суспільство. № (41). URL: <https://www.economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/1543>. (дата звернення: 16.02.2025).
3. План відновлення України. URL:<https://recovery.gov.ua/> (дата звернення 15.02.2025).

Науковий керівник: к. е. н., викладач Джгуташвілі Н. М.

### **ІМПЛЕМЕНТАЦІЯ ЄВРОПЕЙСЬКИХ СТАНДАРТІВ У СФЕРІ ТУРИЗМУ: МОЖЛИВОСТІ ДЛЯ УКРАЇНИ**

**СЕМЕНЮК Альона,**

*здобувачка освітнього ступеня «Бакалавр»  
спеціальності «Публічне управління та адміністрування»,  
Таврійський державний агротехнологічний університет імені Дмитра Моторного,  
м. Запоріжжя*

Європейська інтеграція України є стратегічною ціллю державної політики, що передбачає поступове включення країни до європейського економічного, правового та соціального простору. Туризм відіграє важливу роль в розвитку країни, створенні робочих місць, залученні інвестицій та формуванні позитивного міжнародного іміджу. Успішне впровадження європейських стандартів у цій сфері сприятиме підвищенню якості туристичних послуг, забезпеченню високого рівня безпеки людей, зростанню конкурентоспроможності України на міжнародному ринку, інтеграції у глобальні туристичні ланцюги постачання, а також формуванню довіри з боку іноземних туристів та інвесторів [1].

У країнах ЄС сформовані та діють чітко визначені стандарти у сфері туризму, які регламентують якість обслуговування, рівень безпеки, екологічну відповідальність та механізми захисту прав туристів. Зокрема, Директива ЄС 2015/2302 встановлює гарантії для споживачів туристичних послуг, що включають компенсаційні механізми у разі скасування турів, регулювання пакетних турів та зобов'язання туристичних операторів щодо захисту прав клієнтів. Впровадження цих стандартів в Україні дозволить створити прозору, ефективну систему надання туристичних послуг, що відповідатиме найкращим практикам ЄС та сприятиме розвитку сталого туризму [2].

Досвід європейських країн, зокрема Польщі, Чехії та Словаччини, демонструє ефективність адаптації європейських норм до національного туристичного сектору. Наприклад, Польща після вступу до ЄС та гармонізації своїх стандартів із європейськими за десять років збільшила кількість міжнародних туристів на 50%, що значно пожвавило економічний розвиток країни. Це стало можливим завдяки інвестиціям у модернізацію туристичної інфраструктури, впровадженню системи сертифікації готелів та туристичних об'єктів, а також активному використанню цифрових технологій у туристичній галузі [3].

Попри значні перспективи, процес адаптації європейських стандартів у сфері туризму в Україні супроводжується низкою викликів. Воєнний стан, економічна нестабільність, застаріла туристична інфраструктура, недостатній рівень фінансування, а також потреба у підвищенні кваліфікації персоналу є основними бар'єрами на шляху європейської інтеграції туристичного сектору. Значним викликом є необхідність цифровізації туристичної сфери, оскільки понад 70% сучасних туристичних послуг у Європі надаються через онлайн-платформи. Це вимагає активного розвитку електронних систем бронювання, автоматизації туристичних послуг, створення сучасних цифрових платформ для просування туристичних маршрутів та підвищення ефективності онлайн-маркетингу.

Український туристичний сектор демонструє позитивні тенденції навіть в умовах воєнного стану, незважаючи на труднощі цього періоду. У 2024 році до місцевих бюджетів надійшло майже 273 млн грн туристичного збору, що на 23% більше, ніж у 2023 році. Це свідчить про зростання внутрішнього туризму та стабільний інтерес громадян до подорожей у межах країни. Лідерами за туристичними надходженнями стали Київ, Львівська, Івано-Франківська, Черкаська, Закарпатська та Дніпропетровська області. Проте порівняно з довоєнним 2021 роком, коли туристичний збір перевищував 400 млн грн, галузь ще не відновилася повністю. За прогнозами Державного агентства розвитку туризму України, у разі стабілізації економічної ситуації та завершення війни, туристичний потік може зрости на 40% протягом перших трьох років після відновлення повноцінної роботи сектору. Особливий потенціал має розвиток внутрішнього туризму, зокрема екотуризму, культурно-історичного туризму та гастрономічного туризму, що є затребуваними напрямками серед європейських мандрівників [4].

Таким чином, впровадження європейських стандартів у сферу туризму є не лише стратегічним напрямом розвитку України, а й вагомим чинником її економічного зростання, міжнародної інтеграції та підвищення якості життя громадян. Попри значні виклики, гармонізація туристичних стандартів із європейськими нормами дозволить Україні підвищити рівень безпеки та сервісу, створити сучасну конкурентоспроможну інфраструктуру та привабити іноземних туристів і інвесторів. Успішна адаптація до європейських стандартів забезпечить Україні міцні позиції у світовій туристичній індустрії та сприятиме її подальшій інтеграції до ЄС.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Європейська інтеграція: головне - European integration portal. *European integration portal*. URL: <https://eu-ua.kmu.gov.ua/integration/euintegration/> (дата звернення: 01.03.2025).
2. European e-Justice Portal - Text of directive (2015/2302). *Announcement: server inaccessibility - European Commission*. URL: [https://webgate.ec.europa.eu/e-justice/35912/EN/text\\_of\\_directive\\_20152302](https://webgate.ec.europa.eu/e-justice/35912/EN/text_of_directive_20152302) (date of access: 02.03.2025).
3. Шлях економічного розвитку Польщі до та після вступу до Європейського Союзу. *Економіка та суспільство*. URL: [https://economyandsociety.in.ua/journals/13\\_ukr/25.pdf](https://economyandsociety.in.ua/journals/13_ukr/25.pdf) (дата звернення: 04.03.2025).
4. Туристичний збір за 2024 рік. *Державне агентство розвитку туризму*. URL: <https://www.tourism.gov.ua/blog/do-byudzhetu-gromad-u-2024-roci-nadiyshlo-mayzhe-273-mln-grn-turistichnogo-zboru>

Науковий керівник: д. е. н., професор Яворська Т. І.

## СТРАТЕГІЇ ПРОСУВАННЯ МЕГА-ІВЕНТІВ ВЕЛИКИХ МІСТ УКРАЇНИ НА МІЖНАРОДНИЙ РИНОК

**СЕРЕДА Діана,**

*здобувачка освітнього ступеня «Бакалавр»  
спеціальності «Туризм та рекреація»,*

*Національний університет біоресурсів і природокористування України, м. Київ*

Сучасний івент-туризм являє собою багатогранний феномен, який об'єднує організацію та проведення масових заходів різного спрямування – від культурних і спортивних подій до музичних фестивалів, національних свят, виставок та заходів субкультурного характеру.

Можемо стверджувати, що мега-івенти являють собою масштабні міжнародні події, які характеризуються глобальним рівнем уваги, значними фінансовими ресурсами та суттєвим впливом на розвиток регіону чи міста, де вони відбуваються.

Ключовими ознаками, що виділяють мега-івенти серед інших видів заходів, є передусім глобальний масштаб, який охоплює багатомільйонні аудиторії, транснаціональний характер, значний медіарезонанс та залучення ресурсів міжнародних організацій і корпорацій.

Мега-івенти, такі як міжнародні фестивалі, спортивні змагання, культурні форуми та бізнес-конференції, відіграють ключову роль у формуванні іміджу великих міст України на світовій арені. Для успішного просування цих подій на міжнародний ринок необхідно використовувати комплексний підхід, що включає сучасні маркетингові стратегії, залучення міжнародних партнерів та застосування цифрових технологій.

Просування мега-івентів на міжнародний ринок є складним, але надзвичайно важливим завданням для великих міст України. Такі події не лише привертають увагу туристів та інвесторів, але й сприяють формуванню позитивного іміджу країни на світовій арені.

Ключові аспекти стратегії повинні включати наступне:

**Визначення цільової аудиторії.** Необхідно чітко визначити, на які сегменти міжнародного ринку орієнтований захід: туристи, інвестори, культурні діячі, спортсмени тощо. Вивчення їхніх потреб та інтересів допоможе адаптувати маркетингові повідомлення;

**Створення унікального бренду.** Мега-івент повинен мати яскравий та запам'ятовуючий бренд, який відображає його унікальність та цінності. Бренд має бути інтегрований у всі комунікаційні канали;

**Використання цифрових технологій.** Активна присутність у соціальних мережах, створення багатомовного вебсайту, використання віртуальних турів та онлайн-трансляцій. Таргетована реклама в цифрових каналах для досягнення цільової аудиторії;

**Партнерство з міжнародними організаціями.** Співпраця з міжнародними туристичними агентствами, культурними фондами, спортивними федераціями. Залучення міжнародних спонсорів та медіа-партнерів;

**Розвиток туристичної інфраструктури.** Покращення транспортного сполучення, готельної бази, створення зручних умов для іноземних гостей. Розробка туристичних маршрутів, що включають відвідування мега-івенту;

**Культурний обмін.** Проведення паралельних культурних заходів, фестивалів, виставок, які демонструють українську культуру. Залучення міжнародних артистів та культурних діячів;

**Безпека.** Забезпечення високого рівня безпеки для всіх учасників та гостей заходу. Позитивне висвітлення заходів безпеки в міжнародних ЗМІ.

Основні стратегії просування мега-івентів на міжнародний ринок описані в таблиці.

*Таблиця*

### Основні стратегії просування мега-івентів на міжнародний ринок

Аспект	Стратегія
Цільова аудиторія	Визначення сегментів (туристи, інвестори, культурні діячі)
Бренд	Створення унікального бренду, інтеграція в комунікації
Цифрові технології	Соціальні мережі, вебсайт, віртуальні тури, онлайн-трансляції
Партнерство	Міжнародні організації, туристичні агентства, спонсори
Інфраструктура	Транспорт, готелі, туристичні маршрути
Культурний обмін	Фестивалі, виставки, залучення міжнародних артистів
Безпека	Високий рівень безпеки, висвітлення в ЗМІ

Джерело: сформовано автором

Просування мега-івентів великих міст України на міжнародний ринок вимагає стратегічного підходу, що включає цифровий маркетинг, партнерства, залучення міжнародних ЗМІ та використання інновацій. Реалізація комплексної стратегії сприятиме підвищенню туристичної привабливості міст та зміцненню їх позицій у глобальному подієвому туризмі, залучаючи туристів, інвесторів та сприяючи розвитку культурного обміну.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Danylykha N., Pakholok I. Event-activities as the promotion tool of national culture (1991–2021). The ethnology notebooks . 2021. Vol. 159, no. 3. URL: <https://doi.org/10.15407/nz2021.03.593> (date of access: 05.03.2025).
2. Повалій Т., Світайло Н. Івент-менеджмент: навч. посіб. Суми: СумДУ, 2021. 198 с.

Науковий керівник: к. е. н., доцент Кудінова І. П.

## СУТНІСТЬ АДАПТИВНОГО ТУРИЗМУ ТА СПЕЦИФІКА ЙОГО ОРГАНІЗАЦІЇ

**СІЛВАНЕНКО Валерія,**

*здобувачка освітнього ступеня «Бакалавр»*

*спеціальності «Туризм та рекреація»,*

*Криворізький державний педагогічний університет, м. Кривий Ріг*

Туризм, спрямований на задоволення рекреаційних потреб в активному відпочинку, змістовному дозвіллі та всебічному вдосконаленні осіб з обмеженими можливостями, з'явився у 1970-х роках і розвивався у відповідних вітчизняних громадських організаціях [1]. На означення такого виду туристської діяльності існує чимало термінів, серед яких «інклюзивний туризм», «безбар'єрний туризм», «доступний туризм», «реабілітаційний туризм», «корекційно-освітній туризм», «паратуризм», «маломобільний туризм», «адаптивний туризм».

Основою останньої дефініції є адаптивна (така, що передбачає «пристосування будови і функцій людського організму до мінливих умов зовнішнього середовища» [3]) рекреація – розширене відтворення та розвиток життєвих (фізичних, психічних, духовних, інтелектуальних) сил певної категорії людей під час проведення туристських заходів, фізичної реабілітації, оздоровлення, соціальної інтеграції тощо.

До суб'єктів адаптивного туризму відносимо такі категорії населення (за [3] з доопрацюваннями автора):

1) люди з проблемами здоров'я: а) особи з фізичними порушеннями (порушення опорно-рухового апарату, порушення рухової функції); б) особи з сенсорними порушеннями, тобто органів відчуття та мовлення; в) особи з розумовими, інтелектуальними, психічними порушеннями;

2) відносно здорові люди похилого віку: а) 60–69 років; б) 70–79 років; в) 80–90 років; в) довгожителі (більше 90 років).

У зв'язку з неспровокованою українською стороною військовою російською агресією (активна фаза якої розпочалась 24.02.2022 і триває дотепер) в Україні серед мирного населення та військовослужбовців суттєво збільшилась чисельність осіб з інвалідністю. Адаптивний туризм може стати для них потужним засобом реабілітації, можливістю оздоровлення, ліквідації наявних психологічних бар'єрів, отримання психологічного задоволення від занять руховою активністю, бо він є тим видом діяльності, що може допомогти відновитися, психологічно покращити самопочуття, перестати фіксуватися на своїх соматичних відчуттях, і, залучаючись до ритму подорожі, вийти з важкої стресової ситуації, пов'язаної із захворюванням і наслідками лікування, відчутти себе активним і потрібним [2].

При плануванні й організації туристських маршрутів для осіб з інвалідністю обов'язково потрібно враховувати:

- 1) специфіку адаптивних туристів;
- 2) ймовірність настання незапланованих/непередбачуваних обставин;
- 3) наявність адаптованих туристських об'єктів.

1. Під специфікою адаптивних туристів розуміємо їхні фізичні можливості, що розрізняються залежно від приналежності до певної категорії населення: 1) осіб з фізичними, сенсорними або розумовими, інтелектуальними, психічними порушеннями, 2) відносно здорових людей похилого віку. При визначенні туристських потреб кожної групи туристів потрібно враховувати й обмеження функцій їхнього організму.

2. До незапланованих/непередбачуваних обставин відносимо: а) погане самопочуття подорожуючих, що унеможливорює проходження маршруту; б) природні катаклізми (землетрус, виверження вулкану, сходження снігової лавини, повінь, буревій, сель, зсув, цунамі, спека тощо); в) надзвичайні ситуації у техногенному середовищі; г) негативні соціально-політичні дії, явища та процеси (передусім – збройне протистояння сторін). Для уникнення критичних наслідків погіршення стану здоров'я адаптивних туристів на маршрутах вказуються організовані чи створюються проміжні центри допомоги (рятувні загони), де працюють працівники МНС та пункти першої медичної допомоги.

3. Адаптованими туристськими об'єктами вважаємо такі, що характеризуються: а) атрактивністю – привабливістю для цієї категорії подорожуючих; б) доступністю, в першу чергу – транспортною; в) відповідним знакуванням на місцевості; г) необхідним програмним забезпеченням, зокрема: візуальні сповіщувачі, конвертори тексту в сурдопотік, дублювання візуальної і текстової інформації за Брайлем, спеціальні підйомники.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Абрамов В.В., Шарикіна К.А. Розвиток туризму для осіб з обмеженими життєвими можливостями. *Комунальне господарство міст*. 2015. Вип. 119. С. 63–65.
2. Інклюзивний реабілітаційно-соціальний туризм – розвиток нового виду реабілітації осіб з інвалідністю в Україні. URL: <http://www.hetman.tv/pomoga/2016/2016-3-68/tupre.html>
3. Топалова О.І. Суспільно-географічні передумови та перспективи розвитку адаптивного туризму в Україні: дис. ... канд. геогр. н.; 11.00.02. Київ, 2016. 175 с.

Науковий керівник: к. геогр. н., доцент Новикова В. І.

### **ЦИФРОВІ ТЕХНОЛОГІЇ У ВИННОМУ ТУРИЗМІ УКРАЇНИ**

**СЛУЦЕНКО Анастасія,**

*здобувачка освітнього ступеня «Бакалавр» спеціальності «Туризм»,  
Київський національний університет технологій та дизайну, м. Київ*

**ПОГУДА Наталія,**

*д. е. н., доцент, доцент кафедри Туризму та готельно-ресторанного бізнесу,  
Київський національний університет технологій та дизайну, м. Київ*

Винний туризм в Україні набирає обертів, оскільки країна має сприятливий клімат, багатотисячлітні виноробні традиції та багатий культурний спадок. В останні роки все більше туристів цікавляться відвідуванням виноробних регіонів, дегустаціями та знайомством із процесом виробництва вина. Проте, щоб повністю реалізувати потенціал цієї галузі, необхідно впроваджувати сучасні цифрові технології. Вони можуть значно покращити взаємодію туристів із виноробними підприємствами, спростити планування поїздок, розширити маркетингові можливості підприємств і зробити винний туризм доступнішим для ширшої аудиторії. Завдяки цифровим рішенням Україна може не тільки розвивати внутрішній туризм, а й популяризувати свої виноробні регіони на міжнародному рівні, залучаючи більше гостей з-за кордону [1].

Великі виноробні підприємства активно інтегрують цифрові рішення у свою діяльність. Серед них – онлайн-бронювання екскурсій, мобільні додатки, що пропонують віртуальні тури виноробними, а також CRM-системи, які допомагають ефективніше працювати з клієнтами [2]. Завдяки цьому туристи можуть заздалегідь планувати свої подорожі, отримувати детальну інформацію про виноробні, читати відгуки та навіть взаємодіяти з експертами. Це

значно підвищує рівень задоволеності клієнтів і сприяє формуванню позитивного іміджу українського винного туризму.

Однак, на відміну від великих компаній, малі виноробні господарства зіштовхуються із низкою труднощів. Висока вартість технологічних рішень, нестача досвіду роботи з цифровими платформами та недостатнє державне фінансування гальмують їхній розвиток у цьому напрямку. Багато малих виноробень не можуть дозволити собі впровадження CRM-систем або створення власних мобільних додатків, що зменшує їхню конкурентоспроможність. Крім того, багато регіонів, що мають значний потенціал у сфері винного туризму, залишаються недостатньо інтегрованими у цифрову екосистему, що обмежує їхню привабливість для туристів. Вирішення цих проблем потребує підтримки як з боку держави, так і від приватного сектору, а також впровадження спрощених та доступних технологічних рішень для малого бізнесу.

Ще одним викликом є відсутність єдиної цифрової стратегії розвитку винного туризму на державному рівні. У той час як у таких країнах, як Франція, Італія чи Іспанія, винний туризм є частиною державних програм і активно підтримується, в Україні поки що відсутня цілісна політика в цьому напрямку [3]. Це призводить до того, що цифровізація відбувається фрагментарно, окремими ініціативами великих виноробень чи ентузіастів. Серед відомих представників винних пропозицій в Україні варто згадати про «Чизай», «Колоніст», «Виноробня К. Шоша», «Бейкуш», «Шабо», для яких запровадження єдиної цифрової платформи могло б значно сприяти розвитку галузі.

Інтеграція цифрових технологій відкриває широкий спектр можливостей для винного туризму. Наприклад, розробка інтерактивних карт маршрутів із можливістю налаштовувати їх відповідно до вподобань туриста зробила б подорожі значно комфортнішими. Віртуальні тури за допомогою VR-додатків дозволили б потенційним відвідувачам заздалегідь ознайомитися з виноробнями, а доповнена реальність (AR) під час дегустацій могла б забезпечити унікальний інтерактивний досвід. Впровадження штучного інтелекту для персоналізованих рекомендацій щодо вин і маршрутів також сприяло б залученню туристів та підвищенню рівня задоволеності їхніх потреб.

Підсумовуючи можна сказати, що цифрові технології можуть дати потужний поштовх розвитку винного туризму в Україні. Вони допомагають зробити цей вид туризму доступнішим, комфортнішим та привабливішим як для внутрішніх, так і для іноземних гостей. Однак для досягнення суттєвих результатів необхідно запровадити комплексний підхід: стимулювати виноробні підприємства до впровадження цифрових рішень, розширювати освітні програми з цифрової грамотності, а також залучати інвестиції в інноваційні проекти.

Одним із ключових кроків може стати створення єдиної національної цифрової платформи для винного туризму, яка б містила актуальні маршрути, інформацію про виноробні, сервіси онлайн-бронювання та інтерактивні туристичні гіді. Крім того, важливою є державна підтримка малих виноробень,

зокрема у вигляді грантів на цифровізацію та адаптацію до сучасних вимог туристичного ринку. Якщо Україна зможе ефективно використати можливості цифрових технологій, винний туризм стане не просто перспективною сферою, а справжнім рушієм економічного розвитку регіонів, створення нових робочих місць та підвищення міжнародної пізнаваності українських вин.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Петров В.І. "Винний туризм в Україні: сучасні виклики та можливості розвитку" – Київ: Центр туристичних досліджень, 2021.
2. Сидоренко О.П. "Цифрові технології у сфері туризму: міжнародний досвід та українські реалії" – Харків: Видавництво "Наука", 2022.
3. Українська асоціація винного туризму. Аналітичний звіт "Стан винного туризму в Україні", 2023. URL: <http://surl.li/xyz123>
4. Лисенко Г.М. "Розвиток цифрової економіки в аграрному секторі України". Економічний журнал "Агробізнес і технології", 2022. № 42. URL: <http://surl.li/abc789>
5. Міжнародна асоціація винного туризму. "Цифрові інновації у винному туризмі: світовий досвід", 2023. URL: <http://surl.li/def456>

## ЕКОТУРИЗМ У ДІЇ: ГОСТЬОВИЙ БУДИНОК, ЩО ІНТЕГРУЄ КОМФОРТ І СТАЛЕ МАЙБУТНЄ

**СМИРНОВ Володимир,**

*здобувач освітнього ступеня «Бакалавр»*

*спеціальності «Готельно-ресторанна справа»,*

*Національний університет біоресурсів і природокористування України, м. Київ*

У сучасному світі, де екологічні виклики стають дедалі актуальнішими, екотуризм виступає як ефективний інструмент збереження природи та підтримки місцевих громад. Він пропонує альтернативу масовому туризму, спрямовану на мінімізацію негативного впливу на довкілля при збереженні високих стандартів комфорту для туристів. Одним із яскравих прикладів успішної інтеграції принципів стійкого розвитку в туристичну інфраструктуру є гостьовий дім, який не лише забезпечує сучасні зручності, але й активно впроваджує екологічно відповідальні практики. У цій тезі розглядаються основні принципи та переваги екотуризму на прикладі такого гостьового дому, а також аналізуються можливості подальшого розвитку стійких моделей у туристичній галузі.

Екотуризм базується на кількох ключових засадах: збереженні природного середовища, підтримці місцевих культур та економіки, а також на мінімізації вуглецевого сліду діяльності [1]. Це означає, що кожен аспект

функціонування гостьового дому – від будівельних матеріалів і енерго-ефективних технологій до організації харчування і розважальних програм – має бути спроектований з урахуванням екологічної відповідальності. Одним із основних завдань екотуризму є створення умов, в яких туристи можуть насолоджуватись природою, не шкодячи їй, і водночас отримувати незабутній досвід комфорту та гостинності.

Гостьовий дім, який є об'єктом дослідження цієї тези, демонструє інтеграцію сучасних технологій з принципами екологічної етики [2]. Будівля створена з використанням натуральних матеріалів, що зменшує екологічне навантаження вже на етапі будівництва. Енергоефективність приміщень досягається завдяки встановленню сонячних панелей, використанню систем рекуперації тепла та застосуванню сучасних ізоляційних матеріалів. Завдяки цим заходам гостьовий дім практично не залежить від традиційних джерел енергії, що знижує викиди вуглекислого газу та робить його прикладом енергонезалежного об'єкта.

Крім енергетичних рішень, значну увагу приділено управлінню водними ресурсами. Використання систем збору дощової води, а також технологій для її очищення і повторного використання дозволяє значно знизити споживання питної води. Це не лише позитивно впливає на екологічний баланс, але й сприяє економії ресурсів, що є особливо важливим в умовах зростаючих потреб у чистій воді.

Незважаючи на екологічну спрямованість, гостьовий дім не поступається традиційним готелям за рівнем комфорту та сервісу. Сучасні технології дозволяють забезпечити високоякісне обслуговування при мінімальному впливі на довкілля.

Також важливим аспектом є організація харчування. Гостьовий дім активно підтримує місцевих фермерів, використовуючи органічні продукти, вирощені без застосування хімічних добрив та пестицидів. Це сприяє розвитку місцевої економіки та підвищує якість страв, що подаються гостям. Меню, створене на основі сезонних інгредієнтів, дозволяє гостям не лише насолоджуватись здоровою їжею, а й глибше зануритись у культуру регіону.

Окрім технологічних та енергетичних інновацій, гостьовий дім активно впроваджує програми екологічної освіти [3]. Туристам пропонуються екскурсії по природних територіях, та працюють над збереженням навколишнього середовища. Такі заходи допомагають підвищити екологічну свідомість, стимулюють бажання зберігати природу та демонструють, як сучасні технології можуть співіснувати з природою.

Крім того, гостьовий дім стає платформою для обміну досвідом між різними спільнотами, де зібрані інноваційні ідеї для впровадження у місцевих громадах. Такий підхід сприяє не лише економічному розвитку регіону, але й стимулює активну участь місцевих жителів у створенні нових екологічних проєктів.

Гостьовий дім, це те що поєднує комфорт і принципи екотуризму, є яскравим прикладом того, як сучасні технології та екологічна відповідальність можуть співіснувати в гармонії. Використання енергоефективних систем, та

підтримка місцевих виробників дозволяють знизити вплив на довкілля, забезпечуючи при цьому високий рівень комфорту для гостей. Такий підхід не лише сприяє збереженню природи, а й формує новий стандарт у туристичній індустрії, де кожен може внести свій вклад у побудову стійкого майбутнього.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Бойко В. О. Екологічний туризм: проблеми, перспективи та шляхи розвитку. *Економіка, фінанси, управління: наукові підходи та практика реалізації*. : Зб. матеріалів здобувачів вищ. освіти і молодих вчен. III Всеукр. науково-практ. конф. за ред. Танклев. Н.С., м. Херсон, 11 берез. 2020 р. Херсон, 2020. С. 19–21.
2. Зелений туризм. досвід окремих країн, проблеми законодавства України. URL: <https://www.greentour.com.ua/ukrainian/green/inter3>. (дата зверення 15.02.2025)
4. Бойко О. А. Інноваційний розвиток курортних зон. Дніпро: Видавництво ДНУ, 2021. 260 с.

Науковий керівник: к. т. н., доцент Неїленко С. М.

## ВПЛИВ ВІЙНИ НА ВНУТРІШНІЙ ТУРИЗМ У ГРОМАДАХ

**ТРОХИМИШИН Сергій,**

*аспірант спеціальності «Підприємство, торгівля та біржова діяльність»,  
Поліський Національний університет, м. Житомир*

За час війни спостерігається бум туристичних послуг на внутрішньому ринку України. За даними ДАРТ до бюджету надійшло 273 млн грн туристичного збору. Дані про туристичний збір за 2022-2024 роки наведено в таблиці 1.

*Таблиця 1*

### Надходження туристичного збору за 2022-2024 рр.

Регіон	2024 рік	2023 рік	2022 рік	Зростання 2024/2023	Зростання 2024/2022
	млн грн			%	
Київ	49,182	30,378	31,474	+62%	+56%
Львівська обл.	47,108	46,085	41,430	+2%	+14%
Івано-Франківська обл.	33,099	20,408	17,956	+62%	+84%
Черкаська обл.	23,532	21,574	12,555	+9%	+87%
Закарпатська обл.	23,093	22,161	19,471	+4%	+19%
Дніпропетровська обл.	15,960	13,219	9,210	+21%	+73%

Складено автором на підставі [1]

Загалом, туристичний збір у 2024 році зріс на 23% у порівнянні з 2023 роком. Найбільший приріст у 2024 році продемонстрували Київ (+62%) та Івано-Франківська область (+62%). Регіони з найбільшою динамікою зростання:

Черкаська область (+87% до 2022 року, +9% до 2023 року) показала найбільший приріст за два роки.

Івано-Франківська область (+84% до 2022 року) продовжує набирати популярність завдяки розвитку гірськолижного туризму та еко-відпочинку.

Дніпропетровська область (+73% до 2022 року, +21% до 2023 року) також демонструє стабільне зростання, хоча сума збору все ще нижча, ніж у туристичних регіонах.

Закарпатська область, яка є одним із найпопулярніших туристичних напрямків, зберігає відносно стабільні показники (+19% до 2022 року, +4% до 2023 року). Це може свідчити про високу насиченість ринку а також, про те, що туризм став більш локальним. Через обмеження виїзду і ризик мобілізації чоловіки почали шукати можливість відпочивати в рамках своїх областей, або сусідніх областей.

Факторами зростання туристичного збору можуть бути:

Відновлення туристичної інфраструктури після кризових років та адаптація ринку до воєнних реалій.

Розвиток внутрішнього туризму через обмежені можливості виїзду за кордон.

Активність місцевих органів влади та бізнесу у розвитку туристичних ініціатив та покращенні сервісу. Основні тренди розвитку туризму в Україні після війни наведені в таблиці 2.

*Таблиця 2*

### Тренди розвитку туризму в Україні

Тренд	Опис
Інклюзивний туризм	Розвиток туристичних маршрутів, готелів, санаторіїв та транспорту, пристосованих для людей з інвалідністю та осіб, що мають фізичні або психологічні травми.
Реабілітаційний туризм	Відновлення ветеранів та постраждалих через спеціалізовані курорти, санаторії, фізіотерапію, медитації, дихальні практики та психологічну підтримку.
Історичний (військовий) туризм	Створення маршрутів по місцях бойових дій, меморіалах, музеях війни для збереження пам'яті та залучення туристів, зацікавлених в історії та культурі.
Розвиток безпечних туристичних маршрутів	Розмінування та очищення територій, що постраждали від війни, сертифікація об'єктів туризму на безпеку, створення безпечних зон для подорожей.
Попит на внутрішній туризм	Очікуване зростання інтересу до подорожей Україною через обмежені можливості виїзду за кордон та відновлення інфраструктури.

Тренд	Опис
Сталий попит від іноземних туристів	Через 1-2 роки після закінчення війни очікується повернення міжнародних туристів, а пік інтересу – через 3-5 років.
Грантове фінансування туризму	Необхідність цільового інвестування у реальні проекти відновлення, а не у тренінгові програми без практичного ефекту.

Складено автором на підставі [2].

Післявоєнний розвиток туризму в Україні потребує комплексного підходу, що включає адаптацію інфраструктури для інклюзивного туризму, створення реабілітаційних програм, розвиток військово-історичних маршрутів, а також забезпечення безпеки через розмінування та сертифікацію об'єктів.

### СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Державне агентство розвитку туризму України. До бюджету громад у 2024 році надійшло майже 273 млн грн туристичного збору [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.tourism.gov.ua/blog/do-byudzhetu-gromad-u-2024-roci-nadiyshlo-mayzhe-273-mln-grn-turistichnogo-zboru> – Дата звернення: 28.02.2025.
2. Туризм у режимі відновлення: як відпочинок українців рятує економіку країни [Електронний ресурс] // Business Район. – Режим доступу: <https://business.rayon.in.ua/topics/774368-turizm-u-rezhimi-vidnovlennya-yak-vidpochinok-ukraintsiv-ryatue-ekonomiku-kraini> – Дата звернення: 28.02.2025.

Науковий керівник: к. е. н., доцент Булуй О. Г.

### РОЗРОБЛЕННЯ ЕКОЛОГІЧНИХ МАРШРУТІВ У ДЕСТИНАЦІЯХ ВОЛИНИ

**ТУК Анастасія,**

*здобувачка освітнього ступеня «Бакалавр»  
спеціальності «Туризм і рекреація»,*

*Національний університет біоресурсів і природокористування України, м. Київ*

Екологічний туризм відіграє ключову роль у розвитку туристичної індустрії багатьох держав світу, сприяючи збереженню природних ресурсів, стимулюванню розвитку місцевих спільнот та популяризації культурної

спадщини. У контексті України, екологічний туризм демонструє поступовий розвиток, пропонуючи значний потенціал, особливо в таких регіонах як Волинь, яка володіє багатим природним та культурним спадком, здатним приваблювати туристів з усього світу [1].

Незважаючи на значний природний потенціал Волині, екологічний туризм у цьому регіоні розвивається повільно, що пов'язано з рядом проблем, які стримують цей процес:

1. Недостатня інфраструктурна підтримка. У регіоні спостерігається відсутність достатньої кількості еко-готелів, кемпінгів, екологічних центрів та базових туристичних інфраструктур (інформаційні таблички, маршрути для пішоходів та велосипедистів).

2. Недостатнє маркування маршрутів. Відсутність добре позначених і доступних екологічних маршрутів ускладнює туристичні подорожі по Волині, роблячи їх менш комфортабельними та безпечними.

3. Низький рівень обізнаності серед населення. Місцеві спільноти часто не залучені до розвитку екологічного туризму через недостатність знань або відсутність інтересу.

4. Негативний вплив неконтрольованого туризму. Збільшення туристичних потоків без належного регулювання може призвести до деградації природних територій, зокрема заповідників і національних парків [3].

Для подолання цих проблем потрібен системний підхід до розробки екологічних маршрутів, який буде базуватися на принципах сталого розвитку та збереження природи. Ось декілька ключових аспектів такого підходу:

1. Розробка добре маркованих екологічних маршрутів. Створення туристичних маршрутів, що включають основні природні та культурні об'єкти області, з чіткими вказівками шляхів для пішохідного, велосипедного і водного туризму.

2. Розвиток інфраструктури для екологічного туризму. Будівництво еко-готелів, кемпінгів, екологічних центрів і станцій, де туристи можуть отримати інформацію про природу регіону та відпочити без шкоди для довкілля.

3. Збільшення обізнаності серед місцевих громад. Залучення місцевих жителів до участі у розвитку екологічного туризму через організацію освітніх семінарів, створення умов для місцевих підприємців займатися екологічним туризмом.

4. Впровадження програм екологічної освіти для туристів. Залучення науковців та екологів для проведення еко-екскурсій, лекцій і майстер-класів, тощо [4].

При розробці туристичного продукту на прикладі Волинської області потрібно звернути увагу на екологічність, оскільки ця характеристика стає все більш важливою для сучасних споживачів. Волинська область, з її багатими природними ресурсами, історичними пам'ятками та унікальними ландшафтами, має великий потенціал для розвитку екологічного туризму.

Екологічність турпродукту може включати використання природних матеріалів для будівництва та оформлення готелів і ресторанів, впровадження енергоефективних технологій, а також пропагування відповідального використання ресурсів серед туристів. Це також передбачає організацію турів,

які акцентують увагу на природних резервуарах, національних парках та заповідниках області, що сприяє підвищенню обізнаності про охорону навколишнього середовища.

Важливо заохочувати місцеві громади до участі у створенні екологічних продуктів, що сприяє збереженню культурної спадщини та традицій. Запровадження програм, які стимулюють туристів залишати менший екологічний слід, такі як прогулянки на велосипедах або пішохідні тури, також підвищить привабливість регіону для відповідальної аудиторії.

Розвиток екотуризму у Волинській області представляє значний потенціал не лише для збереження природних ресурсів, але й для стимулювання економічного зростання регіону. Це сприятиме створенню нових робочих місць, привабленню інвестицій, розвитку інфраструктури та підвищенню рівня життя місцевого населення [4].

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Замула, І. В., & Кирилюк, Д. Р. (2023). Розвиток екологічного туризму в Україні. *Економіка, управління та адміністрування*, (2(104), 3–9. URL: [https://doi.org/10.26642/ema-2023-2\(104\)-3-9](https://doi.org/10.26642/ema-2023-2(104)-3-9)
2. Бескровна Е. Р., Давидюк Ю. В. Екоорієнтований туризм як інструмент формування екологічної свідомості сучасного населення. URL: <chrome-extension://efaidnbnmnibpcajpcglclefindmkaj/https://conf.ztu.edu.ua/wp-content/uploads/2021/11/365.pdf>
3. Екологічний менеджмент у контексті забезпечення екологічної безпеки регіону. URL: <https://dspace.nuft.edu.ua/items/6cbf2c5f-9a65-4004-b5e9-136de1d5a2ba>
4. Табенська О.І., Прилуцький А.М. (2023) Проблеми та перспективи розвитку екологічного туризму в Україні. *Економіка та суспільство*, (51). URL: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-51-37>.

Науковий керівник: д. е. н., професор Мельниченко С. В.

## ПОСТПАНДЕМІЧНЕ ВІДНОВЛЕННЯ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ: ЄВРОПЕЙСЬКИЙ ДОСВІД ТА ПЕРСПЕКТИВИ ДЛЯ УКРАЇНИ

**УКРАЇНЕЦЬ Анастасія,**  
здобувачка освітнього ступеня «Бакалавр»  
спеціальності «Готельно-ресторанна справа»,  
Київський національний університет технологій та дизайну, м. Київ

Пандемія COVID-19 завдала значного удару по світовій індустрії гостинності, зокрема готельно-ресторанному бізнесу. Масові карантинні

обмеження, зниження туристичного потоку та зміна споживчих звичок спричинили масове закриття закладів, втрату робочих місць та падіння доходів. Попри це, багато європейських країн розробили ефективні стратегії для відновлення галузі, які можуть бути корисними для України.

Україна, як і країни ЄС, постала перед викликами відновлення індустрії гостинності в умовах економічної нестабільності. Вивчення європейського досвіду, адаптація ефективних підходів та державна підтримка можуть сприяти швидшому відновленню українського готельно-ресторанного бізнесу.[3]

Проаналізувати заходи, які впроваджували країни ЄС для подолання наслідків пандемії у HoReCa, та оцінити можливості застосування цих практик в Україні. Відновлення готельно-ресторанного бізнесу в ЄС після пандемії базувалося на державній підтримці, цифровізації, нових форматах роботи та підвищених стандартах безпеки. Уряди країн ЄС надавали гранти, субсидії та податкові пільги, що дозволило закладам HoReCa уникнути банкрутства.

Цифровізація відіграла ключову роль: автоматизовані системи бронювання, безконтактні платежі, цифрові меню та розвиток хмарних кухонь (cloud kitchen) допомогли адаптувати бізнес до нових реалій. Багато ресторанів перейшли на "food-to-go", розширили тераси, а готелі запровадили "workation" – формати віддаленої роботи.

Підвищення стандартів безпеки стало ще одним пріоритетом. В ЄС впроваджували сертифікацію "Safe Travel", встановлювали сучасні вентиляційні системи, антивірусні покриття та запроваджували безконтактне обслуговування.

Поєднання цих заходів дозволило європейським країнам швидко адаптувати готельно-ресторанний бізнес до нових умов, відновити довіру клієнтів і створити передумови для стійкого розвитку галузі. Україна може використати цей досвід для власного відновлення індустрії гостинності.[2]

Для відновлення готельно-ресторанного бізнесу Україна може використати європейський досвід. Необхідно запровадити державні програми підтримки, зокрема податкові пільги, кредити для малого бізнесу та компенсаційні виплати, що допоможе зменшити фінансове навантаження на підприємців. Важливим кроком є розвиток цифрових технологій: автоматизація бронювання, електронні меню та безконтактне обслуговування покращать якість сервісу та підвищать конкурентоспроможність на міжнародному ринку. Також слід адаптувати простір для нових форматів, наприклад, переобладнання готелів під коворкінг та "workation"-пропозиції, що приверне увагу віддалених працівників і туристів. Крім того, впровадження міжнародних стандартів безпеки, таких як сертифікація та санітарні протоколи, сприятиме підвищенню довіри європейських туристів. [1] Реалізація цих заходів допоможе українському HoReCa розвиватися відповідно до європейських стандартів.

Європейський досвід демонструє, що швидке відновлення готельно-ресторанного бізнесу можливе за умови державної підтримки, цифровізації, адаптації до нових реалій та покращення стандартів безпеки. Українські

заклади можуть запозичити ці практики, щоб забезпечити стійкий розвиток та інтеграцію у європейський туристичний простір.

Постпандемічна трансформація – це не просто відновлення бізнесу, а можливість зробити його більш гнучким, інноваційним та конкурентоспроможним.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Ковтуненко Ю., Пальжок Н., Тарутіна П., Бабиніна М. Вплив Covid-19 на економічне становище готельно-ресторанного бізнесу [Електронний ресурс]. Отримано: 23.02.2022, доопрацьовано: 31.03.2022, прийнято: 18.05.2022.
2. Козачина В., Цвілій С. Аналіз проблем і перспективи післявоєнного відновлення готельного ресторанного бізнесу та туризму [Електронний ресурс] // Український державний університет науки і технологій, Національний університет «Запорізька політехніка». URL: [https://elartu.tntu.edu.ua/bitstream/lib/39977/2/SRBD\\_2022\\_Kozachyna\\_V-Analysis\\_of\\_the\\_problems\\_50-51.pdf](https://elartu.tntu.edu.ua/bitstream/lib/39977/2/SRBD_2022_Kozachyna_V-Analysis_of_the_problems_50-51.pdf) (дата звернення: 16.02.2025).
3. Турчиняк М., Примаєв А. Львівський торговельно-економічний університет [Електронний ресурс]. URL: <https://orcid.org/0000-0003-2057-8056>, <https://orcid.org/0000-0001-5172-2255> (дата звернення: 16.02.2025).

## ГАСТРОНОМІЧНИЙ ТУРИЗМ У ПОЛТАВІ

**ХОРУЖЕНКО Лада,**

*здобувачка освітнього ступеня «Бакалавр»  
спеціальності «Туризм та рекреація»,*

*Національний університет біоресурсів і природокористування України, м. Київ*

Гастрономічний туризм є важливою складовою кожного туру, не кажучи вже про гастрономічні тури, де розвинена гастрономія регіону чи міста є основою створення такого туру. Гастрономічні тури це ті, що поєднують гастрономічні традиції та культурну спадщину досліджуваного регіону. Місто Полтава є одним із центрів національної гастрономії України і має надпотужний потенціал для розвитку та успішного просування цього сектору. Метою дослідження є саме розроблення та обґрунтування методичних і практичних засад створення гастрономічного туру до Полтави, а також аналізу сучасного стану гостротуризму у Полтаві для виявлення основних проблем та шляхів їх вирішення [1].

Ресторанна індустрія м. Полтави представлена великою кількістю закладів, що пропонують традиційні українські страви, серед яких особливе місце займають полтавські галушки, борщ, вареники. Крім того, у місті

функціонує інтерактивний музей народної гастрономії, що сприяє популяризації місцевої кухні та її історичного контексту. Цікавість до гастротуризму серед вітчизняних та іноземних туристів все більш зростає, що підтверджується збільшенням кількості відвідувачів підприємств ресторанного господарства та тематичних екскурсій [2].

Але, незважаючи на позитивні тенденції, існує низка проблем, які уповільнюють розвиток гастрономічного туризму у місті Полтаві. Наразі гастрономічні маршрути, які пропонують туристичні агенції, здебільшого стандартні та не зовсім розкривають культурну спадщину регіону для туристів. Зазвичай туристична програма більше зосереджена на загальній культурі, історії і незначний акцент припадає саме на кулінарні традиції місцевої кухні. Крім того, відсутність взаємодії між рестораторами, туроператорами та місцевою владою ускладнює створення комплексного туристичного продукту, який би включав не лише дегустаційні заходи, а й освітні програми, фестивалі та майстер-класи. На мою думку, важливим аспектом є створення унікальних туристичних маршрутів, які включають відвідування ключових гастрономічних об'єктів, участь у майстер-класах та дегустаціях, а також інтеграцію історико-культурних елементів у програмі туру. Велику увагу слід також приділити маркетинговим стратегіям просування турів, таким як соціальні мережі, онлайн-платформи для подорожей та партнерство з місцевими готелями і ресторанами [3].

Наукові дослідження підтверджують, що гастрономічний туризм дійсно має помітний вплив на економічний розвиток регіону саме шляхом залучення додаткових інвестицій, розвитком підприємств малого і середнього бізнесу та сприяє збільшенню туристичних потоків. Згідно з опитуванням Інституту регіонального розвитку, понад 60% туристів зацікавлені у гастрономічному туризмі, але наявні туристичні продукти практично завжди не відповідають їхнім очікуванням [4].

Тому, вважаємо, що перспектива запровадження гастрономічних турів до міста Полтави й полягає у створенні комплексного туристичного продукту, який включатиме не тільки дегустації традиційних страв, а й занурення у місцеву культуру через тематичні заходи, кулінарні майстер-класи та практичні екскурсії. Провідним елементом для створення такого продукту може стати розширення співпраці з місцевими ресторанами, фермерами, автентичними виробниками, виробниками сувенірів та гастро продукції, місцевими майстрами кулінарії для створення автентичного та конкурентоспроможного туристичного продукту. Задля ефективного просування в нагоді стануть спеціальні маркетингові інструменти, наприклад різні цифрові платформи, що й призведе до залучення нових туристів. Буде корисним для притягнення уваги до гастрономічних турів також й впровадження інтерактивних технологій, таких як доповнена реальність у мобільних додатках для того, щоб забезпечити туристам унікальний досвід та зручність використання задля кращого пізнання гастрономічної культури Полтавщини. А врахування міжнародного досвіду в організації гастрономічних маршрутів та адаптація найуспішніших практик до місцевих умов зумовить швидке

підвищення конкурентоспроможності міста Полтави на туристичному ринку України. Таким чином, перспектива вдосконалення та впровадження гастрономічних турів у місті є важливим кроком у формуванні іміджу всього туристичного регіону як одного з провідних центрів кулінарного туризму в Україні.

Узагальнюючи, можна стверджувати, що подальший розвиток гастротуризму у м. Полтаві дійсно потребує комплексного підходу, що означає повну диверсифікацію турів, посилення партнерських відносин між ресторанами, туроператорами та місцевими виробниками, а також активні маркетингові стратегії на національному та міжнародному рівнях.

### СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Гаврилюк А. (2019). Туристичне портфоліо елементу нематеріальної культурної спадщини як засіб реалізації державної регіональної політики в Україні. Научні записки ТНУ ім. В. І. Вернадського. Вип. Серія «Державне управління». Т. 30 (69). № 2.
2. Гастро блог про традиційні страви Полтави. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=zZY56QY5ydE>
3. Про традиційну їжу Полтавщини. URL: <https://poltava.depo.ua/ukr/poltava/stravi-rodom-z-poltavi-yakimi-tradiciynimi-smakolikami-poltavci-zamanyuyut-turistiv-20170707601484>
4. Маріанна Душар. Гастрономічна спадщина та національна ідентичність. URL: <https://www.istpravda.com.ua/columns/2021/08/11/159985/>

Науковий керівник д. е. н., професор Мельниченко С. В.

## ПИТАННЯ ВИКОРИСТАННЯ ОБ'ЄКТІВ ІСТОРИКО-КУЛЬТУРНОЇ СПАДЩИНИ З МЕТОЮ ТУРИЗМУ

**ХРАПКО Владислав,**

*здобувач освітнього ступеня «Бакалавр»  
спеціальності «Туризм та рекреація»,  
Поліський національний університет, м. Житомир*

**ВАЛІНКЕВИЧ Наталія,**

*д. е. н., професор, завідувач кафедри економіки, підприємництва та туризму,  
Поліський національний університет, м. Житомир*

Історико-культурні ресурси відіграють ключову роль у розвитку туризму, оскільки саме вони формують унікальність туристичних напрямків, сприяють збереженню національної спадщини та стимулюють економічне зростання регіонів. В умовах глобалізації та цифровізації туристичного ринку зростає

попит на культурно-освітні подорожі, що робить питання ефективного використання історико-культурного потенціалу особливо актуальним. Водночас руйнівні наслідки військової агресії росії проти України призвели до значних втрат культурної спадщини та туристичної інфраструктури, що вимагає не лише відновлення зруйнованих об'єктів, а й розробки нових стратегій розвитку історико-культурного туризму в післявоєнний період.

В наш час особлива увага приділяється регіональному територіальному плануванню, де виділяються зони з особливими умовами використання території. У першу чергу до них належать території на яких розташовані пам'ятники історико-культурної спадщини. До об'єктів історико-культурної спадщини відносяться нерухомі об'єкти, що виникли в результаті історичних подій та являють собою цінність з погляду історії, містобудування, архітектури, археології, мистецтва, науки та техніки, а також збереження та розвитку соціальної культури (естетики, етнології, релігії тощо), і є справжнім джерелами інформації про розвиток суспільства. Таким чином основними ознаками об'єкта історико-культурної спадщини є його справжність, історична значимість та інформативність. Об'єкти історико-культурної спадщини, їх території, зони охорони обов'язково відображені в історико-архітектурному опорному плані, де на основі аналізу історії їх створення та сучасного стану передбачаються заходи щодо їх охорони, а також можливості їх використання з метою соціально-економічного розвитку проєктованих територій [1, 2, 3, 4].

На сучасному етапі формується інший підхід до об'єктів історико-культурної спадщини – не тільки як до об'єктів таких, що мають цінний історико-культурний потенціал, а й з точки зору можливості використання їх у економічній діяльності даної території. Найбільш ефективний вид спеціалізованої діяльності для таких об'єктів – туристичний. Сучасні тенденції розвитку туризму з включенням об'єктів історико-культурної спадщини пов'язані з тим, що необхідний комплексний підхід щодо виявлення всього історико-культурного потенціалу історичного ареалу, що включає не лише об'єкти історико-культурної спадщини – історично цінні об'єкти, ансамблі та комплекси, а також інші об'єкти історико-культурного середовища: історичні малі поселення, об'єкти етнокультури, а також об'єкти природно-ландшафтного середовища в тому числі, історичні ландшафти.

Перелічені складові розглядаються не тільки як фон, що забезпечує максимально сприятливий режим збереження та відновлення об'єктів історико-культурної спадщини, але і як суттєву та необхідну частину відновлення історико-культурного середовища. У сукупності ці складові визначають самобутність, композиційно-мистецьких та ландшафтно-естетичних особливостей, а також спрямованість та специфіку соціально-економічного розвитку цих територій. Визначаючи типологічні характеристики об'єктів історико-культурної спадщини, які можуть бути активно використані з метою туризму позначають втрачені територіальні утворення, які віднесені до археологічних об'єктів: частково збережені, а також

комплекси з великим ступенем безпеки історико-архітектурного та природно-ландшафтного середовища [2].

Загалом об'єкти історико-культурного та природної спадщини слід диференціювати за такими типами [4]:

- історичні будинки, ансамблі;
- сакральні історичні об'єкти;
- монастирські комплекси та споруди;
- садибні комплекси;
- садово-паркові об'єкти;
- археологічні об'єкти;
- національні заповідники;
- історичні ландшафти.

Всі ці об'єкти є унікальним архітектурним середовищем для залучення туристів та формування інфраструктури туризму у певному регіоні.

До об'єктів охорони належать і об'єкти природно-ландшафтного середовища. До яких належать: національні та природні парки, природні заказники та заповідники, дендрологічні та ботанічні сади, палацово-паркові ансамблі. Це має важливе значення при формуванні туристичної рекреації, у вигляді визначальних чинників її рекреаційного потенціалу [1].

Оцінюючи об'єкти історико-культурної спадщини при організації регіональної системи рекреації, слід зазначити, насамперед, їх соціально-економічне, містобудівне, архітектурно-мистецьке, екологічне, а також соціально-моральне значення. Адаптація цих об'єктів до нового функціонального призначення сприятиме не тільки їх збереженню, а й активному включенню до територіального розвитку регіону. До основних факторів, що впливають на організацію об'єктів історико-культурного туризму відноситься соціально-економічний (туризм – як галузь економіки регіону), соціальна затребуваність та привабливість об'єктів туризму для рекреантів та інвесторів, наявність сприятливих природно-кліматичних умов, природних рекреаційних ресурсів (рослинність, рельєф, водні поверхні), розвиток інфраструктури туризму, збереження та дослідження етнологічних та етнографічних рекреаційних ресурсів [3], що у свою чергу посилює атрактивні якості історико-культурної туристичної рекреації та робить її привабливою для зарубіжних туристів.

Підсумовуючи проведені дослідження відмітимо, що сьогодні зростає значення об'єктів історико-культурної спадщини при організації сучасної регіональної туристичної системи як основних структурно-формуєчих елементів пізнавального туризму. А оцінюючи рекреаційний потенціал об'єктів історико-культурної спадщини, слід зазначити їх містобудівне, архітектурно-мистецьке, соціально-економічне, екологічне значення для використання з метою туризму, його перспективних видів, у тому числі міжнародного, що пов'язано з розвитком туристичної системи регіонів.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Торопова Д. Д. Підхід до забезпечення сталого розвитку підприємств туристичної індустрії України. Вісник економіки транспорту і промисловості. 2020. № 72. С. 28–38.
2. Фалько Є.А., Матейчук В.В. Перспективи використання об'єктів культурної спадщини у розвитку міжнародного туризму. URL: [http://www.market-infr.od.ua/journals/2023/70\\_2023/39.pdf](http://www.market-infr.od.ua/journals/2023/70_2023/39.pdf)
3. Захарін С. Роль туризму у справі збереження та популяризації об'єктів національної культурної спадщини. URL: <https://surl.li/uk>
4. Левицька Н., Коцюбанська О. Культурна спадщина як чинник розвитку туризму регіонів України. URL: <https://dspace.nuft.edu.ua/server/api/core/bitstreams/94c478ce-0984-43d2-aacb-8261e7c67175/content>

Науковий керівник: д. е. н., професор Валінкевич Н. В.

### ТУРИСТИЧНІ РЕСУРСИ ЯК ОСНОВА ГОСТИННОСТІ

**ШВЕЦЬ Артем,**

*здобувач освітнього ступеня «Бакалавр»  
спеціальності «Туризм та рекреація»,  
Поліський національний університет, м. Житомир*

**ТИЩЕНКО Світлана,**

*к. е. н., доцент, кафедри економіки, підприємництва та туризму,  
Поліський національний університет, м. Житомир*

У ХХІ столітті туризм перетворився на один із найдоступніших способів вивчення навколишнього світу і формування загальнолюдських цінностей. Завдяки діяльності юридичних і фізичних осіб, включаючи індивідуальних підприємців, подорожі стали більш організованими та доступними. Під час таких поїздок туристи знайомляться з традиційними культурами, відвідують пам'ятки, спостерігають рідкісні явища та події. Цей процес не тільки розширює їхній кругозір, а й дає змогу систематизувати отримані знання, перетворюючи їх на корисний досвід і нові навички.

У Законі України «Про туризм» природні та соціокультурні об'єкти, включаючи нерухомі матеріальні історико-культурні цінності, що задовольняють духовні потреби туристів і сприяють зміцненню та відновленню їхнього здоров'я, визначаються як туристичні ресурси.

До категорії туристів належать особи, які подорожують від 24 годин до одного року або проводять щонайменше одну ночівлю в місці тимчасового перебування. Водночас особи, які здійснюють подорож без ночівлі,

вважаються екскурсантами. Обидві групи об'єднуються загальним терміном «відвідувач».

Одним із важливих туристичних ресурсів є традиційна культура — сукупність цінностей та ідеалів, що передаються з покоління в покоління й становлять невід'ємну частину етносу, відповідального за їхнє збереження. Використання туристичних ресурсів у сфері гостинності є актуальним напрямом досліджень, результати яких висвітлені у низці наукових публікацій.

Туристичні ресурси - сукупність природних і соціально-культурних комплексів та їх елементів, що сприяють задоволенню фізіологічних та соціальних потреб людини, відновленню її працездатності і які при сучасній та перспективній структурі рекреаційних потреб і техніко-економічних можливостях, використовуються для прямого й опосередкованого споживання та виробництва туристичного продукту [1]. Н.В. Фоменко вважає, що туристичні ресурси - це сукупність унікальних явищ природи та історико-культурних і сучасних об'єктів. Автор вважає, що привабливі ландшафти, чисте повітря, незабруднена вода у водоймах, просторі пляжі, різноманіття лісових насаджень - все це належить до туристичних ресурсів, які роблять даний район привабливим для туристів[2, с.43].

Гостинність (від англ. \*hospitality\*) бере свій початок від старофранцузького слова \*hospice\*, що означає місце, де подорожні могли знайти притулок і їжу. Це давня культурна традиція, заснована на принципах привітності та турботи про гостей. Згодом гостинність стала невід'ємною частиною цивілізації і, завдяки прогресу, перетворилася на потужну індустрію. Сам термін «індустрія» походить від латинського «*industria*» (діяльність), а в англійській мові «*industry*» означає промисловість, що підкреслює масштабність та організованість цієї сфери. Індустрія гостинності охоплює безліч напрямів, включно з туризмом, відпочинком, розвагами, готельним і ресторанним бізнесом, громадським харчуванням, екскурсійним обслуговуванням, організацією виставок, наукових конференцій та інших заходів. Кожне підприємство цієї сфери прагне завоювати довіру відвідувачів, розробляючи нові програми обслуговування для їх залучення та утримання.

Зарубіжні автори (Браймер Р., Вокер Дж. Р., Пейдж Г., Вебстер Д. та ін.) роблять акцент на гостинності як турботі, виявленій стосовно клієнтів. Термін «гостинність» позитивно позиціонує цей сектор економіки, розкриваючи природу цієї діяльності, що асоціюється у відвідувачів з дружелюбністю, щедрістю, увагою щодо них.

Музеї посідають особливе місце серед туристичних ресурсів. Вони є культурно-просвітницькими установами, що займаються науковими дослідженнями та освітньою діяльністю. Їхнє основне завдання - виявлення, збирання, облік, збереження, вивчення та популяризація культурних цінностей і природних об'єктів.

Музеї забезпечують доступ до цих цінностей, сприяючи інтелектуальному та культурному розвитку суспільства. Вони відіграють важливу роль у поширенні знань про довкілля, історію та культуру, роблячи їх доступними для широкої аудиторії.

В Україні склалося безліч традицій гостинності. Одні з них успішно використовуються в сучасній індустрії гостинності, тоді як інші залишаються частиною історичної спадщини. Традиційну культуру найяскравіше відображено в архітектурних пам'ятках, включно із замками, оборонними храмами, палацами та садибними комплексами, а також культовими, промисловими та житловими спорудами. Вона проявляється у творах мистецтва, народних ремеслах, національній кухні та фольклорі. З точки зору дослідження, ці елементи традиційної культури можна розглядати як туристичні ресурси, що застосовуються в індустрії гостинності для задоволення потреб відвідувачів - соціальних, інтелектуальних і духовних.

Особливий пласт культури - український костюм, вишивки по лляному і бавовняному полотну, де в орнаментиці переважають лінійногеометричні форми, що означають здоров'я, любов, достаток тощо. Музичні інструменти (дуда, жалейка, цимбали, бубон та інші), багата музична та пісенна культура білорусів - також компоненти туристичних ресурсів, які сьогодні використовуються в індустрії гостинності далеко не повною мірою. Все це є частиною туристичних ресурсів, що і формує гостинність в туризмі.

Отже, туризм відіграє важливу роль у пізнанні світу, сприяє збереженню культурної спадщини та задоволенню духовних і соціальних потреб суспільства. Туристичні ресурси, що включають природні, історико-культурні та соціально-культурні об'єкти, забезпечують розвиток індустрії гостинності, яка охоплює різноманітні напрями - від туризму та відпочинку до організації виставок і наукових конференцій.

Гостинність, як ключовий елемент індустрії туризму, відображає культурні традиції, що формують позитивний досвід відвідувачів. Вона є не лише виявом привітності, а й основою розвитку сучасного туристичного бізнесу. Таким чином, ефективне використання туристичних ресурсів та індустрії гостинності сприяє не тільки економічному розвитку, а й зміцненню культурних зв'язків між народами.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Смаль І.В. Туристичні ресурси світу. URL: <https://infotour.in.ua/small11.htm>
2. Смаль І.В. Основи географії рекреації і туризму. Ніжин: Видавництво НДПУ ім. Миколи Гоголя, 2014. 264 с.
3. Мацола В.І. Рекреаційно-туристичний комплекс України.- Львів: Інститут регіональних досліджень НАНУ, 2016. 259 с.
4. Герасимчук З. В. Теоретико-методологічні засади раціонального використання та охорони туристичних ресурсів. Державне управління. - Миколаїв: Вид-во ЧДУ ім. Петра Могили, 2013. С.102-109.

Науковий керівник: к. е. н., доцент Тищенко С. В.

## СУЧАСНІ ТРЕНДИ В СІЛЬСЬКОМУ ТУРИЗМІ НА ПРИКЛАДІ КІРОВОГРАДСЬКОЇ ОБЛАСТІ

**ШЕВЧУК Варвара,**

*здобувачка освітнього ступеня «Бакалавр»*

*спеціальності «Туризм та рекреація»,*

*Національний університет біоресурсів і природокористування України, м. Київ*

Сільський туризм - це динамічний сегмент туристичного ринку, який пропонує туристам унікальну можливість зануритися в автентичну атмосферу сільського життя, познайомитися з місцевими традиціями та культурою, а також насолодитися красою природи. Постійний пошук нових туристичних продуктів та інноваційних підходів до організації відпочинку в сільській місцевості робить цей вид туризму надзвичайно привабливим як для туристів, так і для місцевих громад.

Сільський туризм є важливим інструментом для розвитку сільських територій, оскільки він сприяє диверсифікації сільського господарства та створенню нових робочих місць. Розвиток цього виду туризму стимулює малий та середній бізнес, збільшуючи доходи місцевого населення за рахунок туристичних послуг, продажу місцевої продукції та виробів народних ремесел. Крім того, розвиток інфраструктури, необхідної для обслуговування туристів, сприяє економічному зростанню всього регіону.

Гнучкість є ключовою характеристикою такого виду туризму, оскільки він легко адаптується до різноманітних умов і потреб як відвідувачів, так і місцевих громад. У регіонах з розвиненою інфраструктурою, сільський зелений туризм може пропонувати широкий спектр послуг, як-от екскурсії, майстер-класи та спортивні заходи. Водночас, у більш віддалених та менш розвинених місцевостях, основний акцент може бути зосереджено на спокійному відпочинку серед природи, спілкуванні з місцевими жителями та ознайомленні з їхніми традиціями та способом життя [1].

Розвиток туристичної індустрії в Кіровоградській області потребує подолання низки проблем, серед яких чільне місце займають застаріла інфраструктура, відсутність єдиної системи управління та недостатнє наукове підґрунтя. Для вирішення цих питань необхідно модернізувати інфраструктуру, оновивши готелі, ресторани, транспортні сполучення та інші об'єкти, що обслуговують туристів. Важливо також розробити нові, унікальні туристичні продукти, які вигідно вирізнятимуться на тлі пропозицій інших регіонів. Паралельно слід удосконалити нормативно-правову базу, створивши сприятливі умови для розвитку туристичного бізнесу. Залучення інвестицій є критично важливим для розвитку туристичної інфраструктури та створення нових робочих місць. Нарешті, проведення наукових досліджень, спрямованих на вивчення потреб туристів та розробку ефективних стратегій розвитку туризму, забезпечить сталий та успішний розвиток галузі.

Сільський туризм має значний потенціал для розвитку Кіровоградської області. Активна робота громадських організацій, таких як Спілка сприяння

розвитку сільського зеленого туризму в Україні, сприяє професійному зростанню фахівців галузі та популяризації цього виду відпочинку. Розвиток зеленого туризму сприяє не тільки економічному підйому регіону завдяки створенню нових робочих місць у сільській місцевості, а й збереженню унікальної природи та культурної спадщини [2].

Сільський туризм не тільки сприяє економічному розвитку сільських територій, але й має значний соціальний вплив. Готуючись приймати туристів, сільські жителі підвищують рівень своїх знань та навичок, що сприяє їхньому особистому розвитку та розвитку їхніх родин. Спілкування з туристами розширює світогляд сільських жителів, стимулює їх до саморозвитку та сприяє формуванню нових соціальних зв'язків. Крім того, він стимулює вдосконалення житлових умов та інфраструктури сільських територій. Адже для залучення туристів необхідно створити комфортні умови проживання та відпочинку. Це, в свою чергу, підвищує якість життя місцевого населення та привабливість сільських територій для інвестицій.

Основними трендами розвитку сільського туризму є автентичність та екологічність, адже туристи все більше цікавляться можливістю зануритися в справжнє сільське життя, пізнати місцеві традиції та культуру, а також відпочити на природі, не завдаючи їй шкоди. Важливими є також персоналізація та індивідуальний підхід, оскільки туристи хочуть отримувати унікальні враження та послуги, які відповідають їхнім інтересам та потребам. Розвиток технологій також впливає на цю сферу, зокрема використання сучасних технологій, таких як інтернет, мобільні додатки та соціальні мережі, для залучення туристів, бронювання послуг та обміну інформацією. Партнерство та співпраця є необхідними для розвитку сільського зеленого туризму, оскільки потребує співпраці між різними зацікавленими сторонами, такими як місцеві жителі, підприємці, органи влади та туристичні організації. Важливо також забезпечити сталий розвиток, щоб розвиток сільського туризму був екологічно безпечним, економічно вигідним та соціально справедливим [3].

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Кудінова І.П. Екологічний туризм як перспективний напрям сталого розвитку // Збірник наукових статей за матеріалами II Міжнародної науково-практичної конференції «Європейські виміри сталого розвитку», 26 червня 2020. К.: НУХТ, 2020. С. 86-90.
2. Самсонова В.В., Кудінова І.П. Теоретичні засади визначення рекреаційно-туристичного потенціалу сільських територій. *Проблеми інноваційно-інвестиційного розвитку* № 28. 2022. С. 99-109.
3. Michał Roman; Iryna Kudinova; Viktoriia Samsonova; Norbert Kawęcki (2024). Innovative Development of Rural Green Tourism in Ukraine. *Tourism and Hospitality*. 2024, 5(3), 537-558.

Науковий керівник: к. е. н., доцент Кудінова І. П.

## ЦИФРОВИЙ БРЕНДИНГ НАЦІОНАЛЬНИХ ТУРИСТИЧНИХ ДЕСТИНАЦІЙ УКРАЇНИ

**ШЕЛЕСТИЮК Ангеліна,**

*здобувачка освітнього ступеня «Бакалавр»  
спеціальності «Туризм і рекреація»,*

*Національний університет біоресурсів і природокористування України, м. Київ*

У час, коли цифрові технології розвиваються як ніколи, а виклики через військові дії країни-агресора зростають, цифровий брендинг став не лише способом реклами, а й інструментом для захисту національної безпеки та збереження української культури у світовому інформаційному просторі.

У часи, коли війна обмежує наші кроки, цифрове вікно в туристичні перлини України стає життєво необхідним маяком. Переосмислення звичних шляхів залучення мандрівників через цифровий простір не просто підтримує туристичну індустрію, а й вишукує міцний фундамент для її майбутнього розвитку. Наша Батьківщина намагається триматися на глобальній туристичній арені, незважаючи на всі випробування.

Ключова думка зводиться до того, що застосування системного підходу в цифровому брендингу туристичних напрямків України може виявитися ефективним засобом для збереження та відновлення сфери туризму, навіть під час воєнних дій. Цифрові технології мають потенціал перетворити негативні дії на мотивуючий контент, що висвітлює стійкість народу та неповторність його культурної спадщини [1].

У світі, де інтернет став основним інструментом планування подорожей, ефективний цифровий брендинг перетворюється на вирішальний фактор успіху на міжнародній арені. Проте, українські національні куточки все ще залишаються поза увагою в цифровому світі через розрізненість представлень, відсутність загальної стратегії та недостатню взаємодію. Це не тільки сковує економічний розвиток, але й створює перешкоди для створення позитивного іміджу країни в часи війни та відбудови.

Аналіз досвіду провідних країн у галузі цифрового туризму виявляє, що інтегровані цифрові платформи відіграють ключову роль у зміцненні конкурентних позицій національних туристичних напрямків. Держави на кшталт Грузії, Ісландії та Нової Зеландії здійснили значний прогрес, розробивши платформи, що інтегрують контент, створений місцевим населенням, впливовими особами та урядовими структурами. В якості прикладу, платформа "Georgia Made by Locals" ілюструє ефективність використання цифрових засобів для промоції місцевої культури та туристичних ресурсів [2].

Технологічні нововведення допомагають туризму розвиватися, роблячи подорожі більш захоплюючими та інтерактивними. Завдяки віртуальній реальності (VR) та доповненій реальності (AR), можна відвідувати історичні місця онлайн, не виходячи з дому [3].

Штучний інтелект допомагає зробити туристичні послуги більш особистими, враховуючи інтереси кожного. У часи війни, такі нові методи стають

ще важливішими. Проекти як "Віртуальні подорожі Україною" дуже допомагають привернути увагу до української культури та місць для відвідування через онлайн-екскурсії, що допомагає підтримати інтерес до України під час кризи.

Цифровий брендинг є важливою частиною стратегії для просування українського туризму на світовому ринку, особливо коли подорожувати насправді складно [4].

Основна загадка цифрового іміджу України криється у його різнобарвності. Як окремі острови, Карпати, Одеса, Львів, Київ виборюють увагу в мережі, замість того, щоб створювати гармонійну симфонію. Більшість туристичних ресурсів регіонів не готові зустрічати іноземців: бракує перекладів, інтерактивних карт, опцій онлайн-резервації. І навіть унікальні перлини, як Софія Київська чи біосферні резервати, в інтернеті представлені лише статичними знімками та лаконічними описами. Це різко контрастує зі світовими уподобаннями: віддача переваги "мікроподорожам" (короткі відео в соцмережах TikTok/Instagram Reels), попит на екотуризм та культурний занурювальний досвід.

У підсумку можна сказати, що Україна володіє всіма необхідними ресурсами для того, щоб очолити сферу цифрового туризму, це стосується її унікальної культури, природних багатств, технологічного потенціалу та креативної громади. Однак, для досягнення цієї мети необхідно здійснити системну роботу на рівні державних структур, бізнесу та місцевих громад. Інвестиції у цифровий брендинг слід розглядати не як витрати, а як вкладення у майбутнє.

Україна має стати яскравою зіркою глобального туризму, об'єднуючи зусилля громад у єдиний цифровий простір, запускаючи вірусні кампанії про "невідкриті обличчя" (від карпатських сіл до київських вулиць) та перетворюючи кожного туриста на амбасадора через соцмережі. Час змінити статус із "непомітної плями" на "цифрову зірку" – у світі, де увага вирішує все.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Цифрові інноваційні технології у сфері туризму України URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/download/2554/2473/>
2. Georgia Made by Locals URL: <https://www.toursbylocals.com/tours/georgia>
3. Майбутнє туризму з AR і VR: Як бізнесу використовувати VR і AR для просування туристичних напрямків URL: <https://vrconcept.net/blog/tpost/dtsvfxpjn1-buduschee-turizma-s-ar-i-vr-kak-biznesu>
4. Інноваційні стратегії цифрового брендингу в українському бізнесі: аналіз та рекомендації URL: <https://economyandsociety.in.ua>

Науковий керівник: д. е. н., професор Мельниченко С. В.

## ТЕОРІЇ СПРАВЕДЛИВОСТІ У МЕНЕДЖМЕНТІ ПІДПРИЄМСТВА

**ШИТИЙ Гліб,**

*здобувач освітнього ступеня «Бакалавр»*

*спеціальності «Туризм і рекреація»,*

*Національний університет біоресурсів і природокористування України, м. Київ*

Теорія справедливості Джона Стейсі Адамса у сучасному світі грає велику роль у менеджменті, професійному відборі кадрів, забезпеченні задоволеності працівників підприємств туристичного бізнесу та проєктах. У реаліях ринку праці України, особливо в умовах воєнного стану, індексація заробітної плати викликана інфляцією, впливатиме на задоволеність умовами праці. Вище зазначена теорія базується на теорії когнітивного дисонансу Леона Фестінгера (1957), екстраполюючи його ефект на несправедливість, і пояснюючи реакцію на несправедливість притаманну людині бажанням уникнути внутрішнього психічного конфлікту [1].

Поняття «справедливість» є набагато змістовнішим ніж просто платня за виконану роботу. В ідеалі справедливість – це розподіл цінностей у суспільстві, спрямований на соціальний захист людини, особливо соціально незахищеної верстви населення. Вона покликана визначати пріоритети соціально-політичного розвитку, зміст діяльності політичних інститутів, напрями розвитку держави, стратегію її соціального розвитку, принципи у розподільчій сфері (розподілу багатств, влади, престижу, матеріальних і духовних цінностей) [2].

Теорія справедливості зосереджується на уявленні людини про справедливість у відносинах. Під час соціального обміну індивід оцінює співвідношення власного внеску та іншої особи в результат з отриманою матеріальною або моральною винагородою (дана теорія фокусується не тільки на проблемах, що стосуються праці, але і тих, що виникають у міжособистісних відносинах у повсякденному житті). Такий вид справедливості називають справедливість розподільча. У державі кожен громадянин отримує певні блага, які його цікавлять, але отримує їх стільки, скільки дадуть інші згідно з його доброчесністю [3]. Іншими словами, гідність людини повинна стосуватися наділеного добробуту, як гідність другої особи стосується частки її добробуту. Силою цієї справедливості кожен отримує належне: кращий настільки повинен одержати більше за гіршого, наскільки останній гірший за першого. Так, удвічі кращий повинен одержати удвічі більше поваги і майна за гіршого. Отже, справедливість розподільча – зрівняння двох осіб і двох добробутів [3].

Окреслюючи основні аспекти теорії варто згадати про порівняння, сприйняття справедливості та безпосередню реакцію на несправедливість працівника.

Порівняння: працівники порівнюють свій "внесок/результат" з іншими працівниками. Якщо працівник зіштовхується з нерівністю, він відчуває напругу і намагається її зменшити.

Сприйняття справедливості: справедливість – це суб'єктивне поняття, що базується на особистісних моральних принципах, рівні соціальної свідомості та переконаннях працівника. А отже, те, що вважається справедливим для однієї людини, може не бути справедливим для іншої.

Реакція на несправедливість: працівник може реагувати на несправедливість різними способами, наприклад: змінюючи свій внесок (працюючи менше), свої результати (вимагаючи підвищення зарплати), спотворюючи сприйняття (виправдовуючи нерівність), шляхом звільнення з підприємства.

На сучасному ринку праці з'явилася така назва – «quiet quitting» (з англ. «тихе звільнення»), що означає бездіяльність або виконання завдань у межах покладених обов'язків без ентузіазму чи великих зусиль, без погодження на виконання додаткових завдань (основна мета – зберегти місце роботи) [4].

Основний момент теорії справедливості у тому, що люди відштовхуються саме від несправедливості, яка виникає не лише тоді, коли людина отримує недостатню вигоду, але й коли вона отримує надмірну вигоду. Важливим питанням теорії справедливості є наголос на індивідуальному сприйнятті того, що існує, навіть якщо воно може бути нереальним.

У людському сприйнятті несправедливість грає велику роль у розумінні способу ведення справ та виконання роботи. А, отже теорія справедливості – незамінна у вирішенні кадрових питаннях, а саме: винагороді за виконану роботу, побудові кар'єри, навчанні персоналу, розвитку та саморозвитку працівників підприємства. Теорія справедливості допоможе керівництву підприємства пояснити поведінку співробітників та їх результативність у виконанні задач у межах посади, яку вони обіймають.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Adams, J. S. Towards an understanding of inequity. *The Journal of Abnormal and Social Psychology*, 67(5), 422–436. URL: <https://doi.org/10.1037/h0040968>
2. Федіна Н.В. Сучасні погляди на розуміння справедливості та її концепції: загально-теоретичний підхід. URL: <https://dspace.lvduvs.edu.ua/handle/1234567890/5351>
3. Шмат Р.П. Аспекти розуміння проблеми справедливості Платоном, Арістотелем, Джоном Ролзом. URL: <https://dspace.onua.edu.ua/items/e8f04424-824a-416a-8f91-5d068f2cc0a2>.
4. Користь теорії справедливості для підвищення ефективності організації. Європейський журнал економіки, фінансів та адміністративних наук. *European Journal of Economics, Finance and Administrative Sciences*. URL: [https://www.researchgate.net/publication/267783009\\_The\\_Utility\\_of\\_Equity\\_Theory\\_in\\_Enhancing\\_Organizational\\_Effectiveness](https://www.researchgate.net/publication/267783009_The_Utility_of_Equity_Theory_in_Enhancing_Organizational_Effectiveness)

Науковий керівник: д. е. н., професор Мельниченко С. В.

## **NFT-ПРОЄКТИ ЯК ІНСТРУМЕНТ ПРОМОЦІЇ УКРАЇНИ НА СВІТОВОМУ ТУРИСТИЧНОМУ РИНКУ**

**ШОСТАК Вікторія,**

*здобувачка освітнього ступеня «Бакалавр»*

*спеціальності «Туризм і рекреація»,*

*Національний університет харчових технологій, м. Київ*

NFT (або Non-Fungible Token) – це невзаємозамінний токен, тобто унікальний цифровий актив, який підтверджує право власності на певний об'єкт або контент у цифровому вигляді. На відміну від криптовалют, кожен NFT унікальний і його не можна замінити на інший один в один. Він зберігається у блокчейні (найчастіше та популярніше це Ethereum) та має власний ідентифікатор.

NFT-проект «The Ukrainian Heart» було реалізовано на платформі OpenSea, що є однією з найбільших і найбільш відомих у світі онлайн-платформ для торгівлі NFT. Основною функціональною характеристикою проекту є створення серії NFT, що відображають різні аспекти української культури через використання технології штучного інтелекту. Проект «The Ukrainian Heart» включав 7 унікальних NFT, кожен з яких був виготовлений з допомогою ШІ та був доопрацьований через програму ProCreate, щоб максимально точно передати суть української етніки та традицій. Всі NFT проекту мали символічне значення та оригінальний дизайн, що поєднував сучасні технології і глибоке занурення у культуру України.

Кожен з 7 NFT був обраний як символ або образ, який відображає важливі культурні аспекти української ідентичності – від традиційних свят і народних ремесел до символів свободи та любові. Використання штучного інтелекту для створення таких робіт дозволило проекту поєднати мистецтво і технології, а також дати можливість ширшій аудиторії, навіть поза межами України, побачити і зрозуміти українську культуру через нову перспективу.

Функціональність проекту також включала інтерактивні можливості для покупців. Крім того, що NFT стали фізичними творами мистецтва, покупці могли отримати додаткові переваги, такі як доступ до спеціальних онлайн-матеріалів або можливість долучитися до благодійних ініціатив, спрямованих на підтримку України.

Проект орієнтований на створення глибокого емоційного зв'язку з аудиторією. Кожен NFT був створений так, щоб викликати відчуття гордості за українську культуру, а також сприяти розвитку взаєморозуміння між різними культурами. Поєднання сучасних технологій ШІ з традиційними елементами українського мистецтва, такими як вишиванки, орнаменти, народні мотиви, надає проекту унікальний стиль. Це дозволило зберегти дух українських традицій і одночасно вивести їх на новий рівень через використання сучасних інструментів.

Дизайн кожного NFT був створений з увагою до деталей, щоб бути не тільки художньо цінним, а й привабливим для міжнародної аудиторії. Всі

зображення поєднували глибину культурних символів та сучасну візуалізацію, що дозволяло їм бути актуальними на міжнародній платформі.

Атмосфера проекту була глибоко патріотичною і водночас відкрита для нових ідей. З одного боку, він мав на меті популяризацію українських культурних цінностей, а з іншого – був універсальним інструментом для привернення уваги до теми миру, любові та взаємопідтримки.

Проект «The Ukrainian Heart» відіграв важливу роль у просуванні України як країни з багатою культурною спадщиною та сучасним творчим потенціалом на світовій NFT-арені. Завдяки його реалізації було досягнуто кілька ключових результатів:

Через цифрові мистецькі образи, створені за допомогою AI, світ побачив сучасну інтерпретацію української етніки, традицій, символіки свободи, єдності та любові.

Кожен NFT супроводжувався описами англійською мовою, де розповідалося про змістовне наповнення твору, значення символів і тематику, що дозволило іноземним глядачам краще зрозуміти українську культуру.

В умовах війни проект підкреслив не лише трагізм ситуації, а й неймовірну стійкість українців, здатних створювати та ділитися красою навіть у найважчі часи.

Україна постала перед світом як держава з високим рівнем цифрової грамотності, інтегрованості в сучасні технології та мистецькі процеси.

Завдяки поширенню NFT-колекції було привернуто увагу до українських національних символів, костюмів, орнаментів, ландшафтів, що потенційно може стимулювати інтерес до подорожей Україною після стабілізації ситуації.

Презентація проекту в соціальних мережах та криптоспільнотах дозволила розширити аудиторію за межі України, створюючи потенціал для подальших міжнародних колаборацій.

Проект став частиною ширшого контексту підтримки України у світі, нагадавши, що навіть у часи викликів українці продовжують створювати мистецтво, ділитися традиціями та бути на вістрі цифрових трансформацій.

Доступність технологій і сила ідеї дозволяють реалізовувати успішні культурні стартапи навіть без значних фінансових ресурсів. Головною інвестицією стали час, креативність і компетенція авторів.

NFT — ефективний інструмент культурної дипломатії, що здатен об'єднувати людей різних країн навколо цінностей мистецтва, історії та взаємної підтримки.

«The Ukrainian Heart» заклав основу для подальших проектів, які можуть розвиватися у вигляді нових тематичних NFT-колекцій, колаборацій із художниками, організації цифрових виставок, а також розширення кампаній з популяризації туризму та українських ремесел.

«The Ukrainian Heart» довів, що навіть у кризові періоди країна здатна говорити зі світом мовою сучасних технологій, творчості та глибокого культурного змісту.

## СЕКЦІЯ 2 ІННОВАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ В ЗАКЛАДАХ HORECA

### ОРГАНІЗАЦІЯ SPA- І WELLNESS-ПОСЛУГ У ПІДПРИЄМСТВІ ГОТЕЛЬНОГО ГОСПОДАРСТВА

**АЛЕКСАНДРОВА Ярослава,**  
*здобувачка освітнього ступеня «Бакалавр»  
спеціальності «Готельно-ресторанна справа»,  
Національний університет біоресурсів і природокористування України, м. Київ*

Загальним трендом розвитку ринку підприємств готельної індустрії є поєднання готельних послуг з індустрією краси та здоров'я, результатом чого є виникнення Wellness-готелів та готелів з Wellness-центрами [1]. В першу чергу це зумовлено збільшенням попиту суспільства на здоровий спосіб життя, гармонійне існування з природою, якісні товари та послуги і відповідність їх етичним та екологічним принципам. Впровадження концепції Wellness в організацію роботи готельного підприємства стало одним із вагомих чинників підвищення його прибутковості та конкурентоспроможності. Адже наявність спа-центру може стати вирішальним фактором при виборі готелю для багатьох туристів.

Wellness – це специфічний простір, де можна розслабитися або навпаки зарядитися енергією, отримати задоволення від процедур та насолодитися незабутньою атмосферою. Деякі готельні підприємства активно інтегрують продукти, орієнтовані на здоров'я, у різні сектори – від меню страв і напоїв, до зручностей в кімнатах. Серед найбільших лідерів оздоровчих послуг на ринку готельних послуг можна виділити: Westin Wellness Escapes, Even Hotels, InterContinental Hotels Group.

Концепція Wellness-готелю розробляється на ранніх етапах проектування, що дозволяє враховувати певні послуги та зручності, які суттєво відрізняють оздоровчі засоби розміщення від традиційних готелів [2]. Як правило, концепція передбачає обладнання та устаткування для Spa-процедур і спортивних залів; визначає термін перебування гостя; наявність алкогольних напоїв; зонування простору; спосіб надання медичних та консультативних послуг, профіль оздоровчих програм та ін.

В Європі гості висококласних Wellness-готелів мають можливість обирати між сучасними та найдавнішими методиками оздоровлення, класичними і нетрадиційними рецептами медицини, їм пропонують індивідуально складену програму фізичних тренувань і, звичайно ж, повний комплекс послуг догляду за тілом. Відвідувачів цих готельних підприємств залучають до занять йогою, пиття трав'яних чаїв, гартування і активного відпочинку на природі. У них з'являється шанс дізнатися про себе багато

нового, відвідавши індивідуальні консультації спортивного тренера, лікаря-фізіотерапевта, косметолога, фахівців в галузі Wellness-послуг. Крім того, Wellness-готелі дарують рідкісне відчуття повного відриву від дійсності.

В межах даних закладів, разом з проведенням певних Wellness-програм, розвиваються такі напрямки оздоровчого туризму, як: таласо-, вино-, арома-, бальнео-, фанго-, апі-, гало-, стоун-, озono-, рефлексо-, кріо-, магніто-, електро-, кольоро-, кінезіо-, світло- та музикотерапії. Також, окрім фізичного навантаження та відновлювальних процедур (іонофорез, лімфодренаж, парафінолікування, безліч різновидів масажу тощо) в межах wellness-програм підприємствами гостинності передбачаються раціональне харчування та збалансована дієта, які представлені різноманітними стравами вегетаріанської, wellness та фітнес-кухні, індивідуальні заняття. Та щоб максимально задовольнити потреби гостей на даний час актуальними стають Wellness-коучі, які проводять початкові консультації, щоб зрозуміти потреби, цілі та спосіб життя клієнта. Вони оцінюють стан здоров'я, рівень фізичної активності, харчові звички та інші фактори, що впливають на благополуччя. На основі цієї оцінки вони розробляють індивідуальні плани, які включають рекомендації щодо харчування, фізичних вправ, процедур Spa та інших аспектів здорового способу життя [2]. Вони можуть рекомендувати різні види фізичної активності, такі як кардіотренування, силові тренування, йога, пілатес та інші.

Також для зручності Wellness-коучі можуть запропонувати цифрові Wellness-додатки: мобільні додатки для моніторингу стану здоров'я, відстеження прогресу та надання персоналізованих рекомендацій [1].

Нині в Україні на 2025 рік стало трендом використання суто природніх матеріалів, тому було б актуально додати натуральні та екологічно чисті продукти для Spa-процедур. Також створити простори для відпочинку на природі, проведення йоги та медитації на свіжому повітрі.

Також у такий важкий час для українців є актуальним питання ментального здоров'я, тому доречно було б додати такі послуги як :арт-терапія та звукотерапія : Використання мистецтва та музики для зняття стресу та покращення емоційного стану. Медитація та практики усвідомленості: проведення групових та індивідуальних занять для розвитку внутрішнього спокою та гармонії. Створення атмосфери затишку та релаксації: Використання ароматерапії, м'якого освітлення та приємної музики.

Ідея «wellness» як можливість природного оздоровлення прекрасно підходить для потреб наших громадян. Все більше українців хочуть поєднувати відпочинок з оздоровленням і доглядом за зовнішністю, тому тема «wellness» сьогодні актуальна не тільки для фахівців індустрії краси та здоров'я, а й для тих хто займається інвестиціями, будівництвом, експлуатацією та управлінням готелями.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Пересічна С.М. Тенденції розвитку СПА-індустрії в Україні. Гостинність, сервіс, туризм: досвід, проблеми, інновації: тези доповідей VII Міжнар.

наук.-практ. інтернет-конф., Київ, 9–10 квіт., 2020 р. Київ : Вид. центр КНУКіМ, 2020. С. 50–53.

2. Eight Dimensions of Wellness. 2019. Center for Psychiatric Rehabilitation. URL: <https://cpr.bu.edu/living-well/eightdimensions-of-wellness>. Видавництво Ліра-К., 2020. 484 с.

Науковий керівник: к. т. н., доцент Неїленко С. М.

## **АДАПТАЦІЯ УКРАЇНСЬКИХ ГОТЕЛІВ ДО ЄВРОПЕЙСЬКИХ СТАНДАРТІВ ГОСТИННОСТІ**

**АРТИХОВИЧ Микола,**

*здобувач освітнього ступеня «Бакалавр»*

*спеціальності «Готельно-ресторанна справа»,*

*Київський національний університет технологій та дизайну, м. Київ*

Готельний бізнес є важливим елементом туристичної індустрії, а якість послуг визначає рівень привабливості країни. В умовах євроінтеграції України перед готельним сектором стоїть завдання відповідати міжнародним стандартам гостинності, що є ключовим фактором для залучення європейських туристів та інвесторів. Для цього необхідна модернізація інфраструктури, покращення сервісу, впровадження екологічних норм та цифрових технологій.[1]

Попри прагнення України інтегруватися в європейський ринок, значна частина готелів ще не відповідає міжнародним вимогам щодо комфорту, обслуговування та екологічної відповідальності. Окрім оновлення матеріально-технічної бази, необхідно впроваджувати європейські моделі управління, орієнтовані на прозорість, сталість та індивідуальний підхід до клієнта.

Метою дослідження є аналіз основних напрямів адаптації українських готелів до європейських стандартів, визначення ключових викликів та шляхів їх подолання.

У 2025 році, на тлі війни, адаптація готелів до європейських стандартів критично важлива для залучення туристів і підтримки економіки. Основним кроком є сертифікація за стандартами ISO 9001 (менеджмент якості), ISO 14001 (екологічний менеджмент) та Green Key (сталій туризм), а також відповідність вимогам Hotelstars Union для підтвердження рівня сервісу.

Готелі мають зосередитися на покращенні обслуговування через персоналізацію сервісу, впровадження цифрових технологій (мобільні додатки, електронні ключі, чат-боти) та навчання персоналу за міжнародними стандартами. Важливим є дотримання екологічних вимог, зокрема

енергозбереження, мінімізації пластикових відходів та впровадження програм повторного використання текстилю.

Цифровізація також є необхідною: автоматизовані системи check-in/out скорочують час обслуговування, віртуальні помічники забезпечують швидке надання інформації, а блокчейн та NFT у програмах лояльності підвищують довіру та залученість гостей.[2]

Для виходу на європейський ринок готелі повинні співпрацювати з онлайн-платформами бронювання (Booking.com, Expedia, Airbnb), що дозволяє підвищити рейтинг, отримувати відгуки та адаптувати послуги до потреб клієнтів.[3]

Процес адаптації супроводжується викликами: високими витратами на модернізацію, браком кваліфікованого персоналу та необхідністю вдосконалення законодавства. Водночас, міжнародні організації та державні програми підтримують розвиток туризму, що створює можливості для фінансування оновлення готельної сфери. Адаптація українських готелів до європейських стандартів є необхідною для їх конкурентоспроможності. Попри виклики, цей процес відкриває нові перспективи для залучення туристів, розвитку бізнесу та зміцнення туристичного потенціалу України.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Мурзаєва Є. Т. Індустрія туризму та гостинності України: потенціал, виклики та перспективи розвитку // *Стратегічні перспективи туристичної та готельно-ресторанної індустрії в Україні: теорія, практика та інновації розвитку* : матеріали IV Всеукр. наук.-практ. конф. (м. Умань, 31 жовтня 2024 р.). Умань : ВПЦ «Візаві», 2024. С. 268-269. URL: [https://tourlib.net/statti\\_ukr/murzaeva.htm](https://tourlib.net/statti_ukr/murzaeva.htm)
2. Проблеми стандартизації туристичної індустрії в Україні // *Buklib.net*. 2024. URL: <https://buklib.net/books/31269/>
3. Розвиток українського та світового готельного господарства // *Osvita.ua*. 2024. URL: <https://osvita.ua/vnz/reports/management/15286/>

## ЗАСОБИ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО ПІДПРИЄМСТВА

**БОГАЧОВА Лада,**

*здобувачка освітнього ступеня «Бакалавр»  
спеціальності «Готельно-ресторанна справа»,*

*Національний університет біоресурсів і природокористування України, м. Київ*

Сучасний ринок гостинності характеризується високою конкуренцією, що змушує підприємства шукати нові підходи до залучення клієнтів та утримання їхньої лояльності. Маркетинг у цій сфері спрямований не лише на

просування послуг, а й на створення унікального клієнтського досвіду, що формує позитивний імідж компанії [3].

Цифрова трансформація стала ключовим фактором успіху у сфері готельно-ресторанного бізнесу, адже сучасні споживачі все більше покладаються на онлайн-канали для пошуку, бронювання та оцінки послуг. Використання інтернет-технологій дозволяє підприємствам не тільки оптимізувати внутрішні процеси, а й значно покращити взаємодію з клієнтами. Онлайн-бронювання, мобільні додатки, чат-боти та автоматизовані сервіси підвищують рівень зручності та задоволеності користувачів. Застосування штучного інтелекту та аналітичних систем дозволяє більш точно прогнозувати поведінку клієнтів і створювати персоналізовані пропозиції, що підвищує ефективність маркетингових кампаній.

Особливу увагу слід приділити соціальним мережам, які стали не просто засобом комунікації, а повноцінним інструментом маркетингу. Платформи на кшталт Instagram, Facebook, TikTok, YouTube та X (Twitter) дозволяють підприємствам формувати імідж, взаємодіяти з аудиторією та розширювати впізнаваність бренду. Візуальний контент, такий як професійні фото інтер'єру, страв, відеоогляди та прямі ефіри, допомагає створювати емоційний зв'язок із потенційними клієнтами [2].

Просування через соціальні мережі включає також налаштування таргетованої реклами, що дає можливість максимально точно охоплювати потрібну аудиторію. Завдяки сучасним рекламним інструментам можна аналізувати поведінку користувачів, їхні вподобання та ефективність рекламних кампаній у реальному часі. Це допомагає оптимізувати маркетингові витрати та підвищити конверсію – тобто перетворення онлайн-користувачів у реальних клієнтів. Крім того, важливу роль відіграють відгуки та рекомендації, оскільки позитивний досвід гостей, відображений у коментарях та оцінках, значно підвищує рівень довіри до закладу.

Таким чином, цифрова трансформація в маркетингу готельно-ресторанного бізнесу є необхідною умовою успіху. Вона дозволяє не тільки автоматизувати процеси та підвищити ефективність роботи підприємства, а й створити більш зручний та привабливий клієнтський досвід. Використання соціальних мереж, онлайн-бронювань, персоналізованого контенту та сучасних рекламних технологій допомагає підприємствам залишатися конкурентоспроможними та активно розвиватися в умовах цифрової економіки [4].

Серед основних засобів підвищення ефективності маркетингової діяльності слід виділити контент-маркетинг, який включає створення якісного та корисного контенту для цільової аудиторії. Написання блогів, розміщення відеооглядів, проведення вебінарів та інтерактивних заходів сприяє залученню клієнтів та підвищенню їхньої зацікавленості. Крім того, важливим інструментом є SEO-оптимізація сайту, що забезпечує його високі позиції у пошукових системах і, відповідно, збільшує потік потенційних відвідувачів.

Програми лояльності також відіграють значну роль у стимулюванні повторних відвідувань та створенні довготривалих відносин з клієнтами.

Знижки, бонусні програми, спеціальні пропозиції для постійних гостей допомагають формувати стабільний потік відвідувачів. Використання CRM-систем дозволяє більш ефективно керувати клієнтськими базами, аналізувати їхні уподобання та надавати персоналізовані пропозиції.

Розвиток брендингу є ще одним важливим аспектом у маркетинговій стратегії готельно-ресторанного підприємства. Унікальний імідж, що відображає концепцію закладу, його атмосферу та особливості, допомагає виділитися серед конкурентів. Storytelling – розповідь історії бренду – сприяє емоційному зв'язку з клієнтами, що підвищує їхню прихильність до закладу. Крім того, успішний брендинг включає в себе якісний візуальний стиль, продуману айдентику та послідовну комунікацію через різні маркетингові канали [1].

Оцінка ефективності маркетингової діяльності є необхідною умовою для її подальшого вдосконалення. Аналіз ключових показників ефективності (KPI), таких як рівень конверсії, середній чек, відсоток повторних відвідувань та ROI (рентабельність інвестицій у маркетинг), допомагає визначити сильні та слабкі сторони стратегії. Крім того, отримання зворотного зв'язку від клієнтів через опитування та відгуки дозволяє вчасно виявляти проблеми та покращувати якість послуг.

Успішні маркетингові стратегії у сфері гостинності демонструють світові готелі та ресторани, що активно використовують цифрові технології, співпрацюють з інфлюенсерами, впроваджують екологічні ініціативи та створюють унікальні концепції обслуговування. Наприклад, багато закладів успішно застосовують омніканальний підхід, поєднуючи онлайн-бронювання, мобільні додатки та інтерактивні сервіси для покращення комфорту клієнтів [5].

Отже, підвищення ефективності маркетингової діяльності готельно-ресторанного підприємства вимагає комплексного підходу, що включає активне використання цифрових технологій, персоналізацію послуг, розвиток брендингу та систематичний аналіз ефективності маркетингових кампаній.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Балабанова Л.В. Маркетинг підприємства: навч. посіб. Київ: Центр навчальної літератури, 2017. 612 с.
2. Буднікевич І.М. Маркетинг у галузях і сферах діяльності: навч. посіб. Київ: Центр навчальної літератури, 2017. 536 с.
3. Дубодєлова А.В., Кулиняк І.Я. Тенденції розвитку ресторанного господарства Львівщини. Актуальні проблеми економіки, 2016. № 10(184). С. 198–208.
4. Завальнюк В.В. Розробка методики проектування маркетингової підсистеми в системі стратегічного управління інноваціями. Причорноморські економічні студії: наук. журн. Одеса. 2016. № 7. С. 112-116.
5. Липчук В.В., Погрибняк Л.В. Маркетингові дослідження: навч. посіб. Львів: Магнолія, 2019. 352 с.

Науковий керівник: к. е. н., доцент Стретович О. А.

## **КЕЙТЕРИНГ ЯК ФОРМА СЕРВІСНОГО ОБСЛУГОВУВАННЯ В ЗАКЛАДАХ РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА ПРИ ГОТЕЛІ**

**БОРДЮГ Богдана,**

*здобувачка освітнього ступеня «Бакалавр»  
спеціальності «Готельно-ресторанна справа»,  
Національний університет біоресурсів і природокористування України, м. Київ*

Кейтеринг як форма сервісного обслуговування в закладах ресторанного господарства при готелях є однією з найбільш популярних послуг у сучасній індустрії гостинності. В умовах швидкого розвитку бізнесу та нових технологій кейтеринг стає важливим елементом обслуговування, здатним задовольнити вимоги гостей на високому рівні. Від виїзних банкетів до корпоративних заходів, кейтеринг пропонує різноманітні формати обслуговування, що адаптуються до потреб кожного замовника. Це дозволяє готелям і ресторанам розширювати послуги, забезпечуючи високу якість харчування навіть там, де неможливо або непрактично організувати стаціонарне обслуговування.

Термін «кейтеринг» походить з англійської мови (catering — постачання їжі, обслуговування) і означає організацію приготування та доставки їжі, а також виїзне ресторанне обслуговування за вибором гостя [1].

Ринок кейтерингових послуг в нашій країні сформувався недавно. Спочатку домінували іноземні компанії, які встановлювали стандарти. Проте нині, незважаючи на деякі труднощі, вітчизняні кейтерингові компанії здобули достатній досвід і стали конкурентоспроможними. Кейтеринг є однією з найбільш перспективних галузей ресторанної індустрії. Ця послуга настільки популярна, що нині багато івент-агентств пропонують гостям різні варіанти кейтерингу, аби забезпечити найкращий відпочинок. Поява кейтерингу стала відповіддю на потребу в організації ресторанного обслуговування там, де немає стаціонарного ресторану або кухні [2].

У багатьох країнах кейтеринг давно став окремим видом бізнесу, причому для компаній, що ним займаються, це єдиний джерело доходу. Використання цієї послуги дає будь-якому ресторану чи готелю можливість отримати великий досвід, що дозволяє в подальшому здійснювати ефективно і продумане маркетингове планування [3]. З часом це може стати самостійним напрямком бізнесу.

Корпоративний кейтеринг, який варіюється в залежності від тематики та характеру свята, має велике значення для проведення корпоративних заходів, де не обходяться без традиційного застілля. Крім того, все більше керівників турбуються про здоров'я своїх працівників і, відповідно, про їхнє здорове та збалансоване харчування. Харчування співробітників є важливим елементом корпоративної політики.

Інший вид кейтерингових послуг - це виїзне ресторанне обслуговування. Воно передбачає обслуговування заходів, що відбуваються на території замовника. Оскільки багато ресторанів мають обмежену площу, вони не можуть обслужити велику кількість гостей, тому організатори свят звертаються до кейтерингових компаній.

До видів виїзного обслуговування відносяться шведський стіл, фуршет, коктейль, кава-брейк, банкет, пікнік або барбекю. Зазвичай приготування їжі відбувається в ресторані або кафе, після чого готові страви доставляються на місце проведення події [4]. Це обслуговування включає не лише доставку їжі, а й відповідальність за якість приготування, сервіровку столів, висококласне обслуговування гостей та прибирання території після заходу.

Одним з найпопулярніших варіантів є приготування їжі у спеціально облаштованому приміщенні. Такий кейтеринг користується найбільшою популярністю, оскільки він найбільш схожий на традиційне ресторанне обслуговування. Соціальний кейтеринг є ще одним видом послуг. Він охоплює такі сфери, як дитячі садки, школи, лікарні, транспорт та інші. Особливістю цього виду є те, що замовник надає приміщення та кухонне обладнання, а також може брати участь у закупівлі продуктів. Кейтеринг напоїв та коктейлів передбачає участь бармена та його помічників, а також наявність усього необхідного обладнання для якісного приготування, оформлення і подачі напоїв [5].

І, зрештою, VIP-кейтеринг - це послуга для обслуговування VIP-гостей, яка передбачає високий рівень кваліфікації обслуговуючого персоналу і мінімальні витрати часу на організацію заходу для замовника.

Отже, кейтеринг як форма сервісного обслуговування в закладах ресторанного господарства при готелях стає невід'ємною частиною сучасної індустрії гостинності. Ця послуга не лише відповідає вимогам різноманітних заходів, але й дозволяє закладам розширювати спектр своїх послуг, зокрема, надаючи можливість організації харчування та обслуговування в будь-якому зручному для гостя місці.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Запірченко, Л. Д. Корпоративний кейтеринг з повним обслуговуванням у приміщенні. Перспективи ефективних управлінських рішень у бізнесі та проектах : матеріали VIII Міжнар. наук.-практ. конф., 17 листоп. 2023 р. Одеса : МГУ, 2023. С. 33–38.
2. Тарасюк Г.М., Чагайда А.О. Тенденції розвитку кейтерингу в умовах інноваційних змін індустрії харчування. Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки. Хмельницький. 2020, №1(278). С. 170-177 <https://www.doi.org/10.31891/2307-5740-2020-278-1-30>
3. Тарасюк Г.М., Чагайда А.О., Тищенко О.М. Сучасний стан івенткейтерингу в Україні та перспективи його розвитку. Економіка та держава: науково-практичний журнал. Київ. 2020. №5. С.70-74 DOI: 10.32702/2306-6806.2020.5.70
4. Global Food Safety Initiative (Глобальна ініціатива з безпечності продуктів харчування – GFSI) [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://www.theconsumergoodsforum.com> (Дата звернення: 7.02.2025)
5. ДСТУ ISO 9001:2015 (ISO 9001:2015, IDT) Системи управління якістю. Вимоги.

Науковий керівник: к. т. н., доцент Неїленко С. М.

## ТЕХНОЛОГІЇ ДОВІРИ: РОЛЬ БЛОКЧЕЙНУ У СФЕРІ NORECA

**БУСИГІНА Софія,**

*здобувачка освітнього ступеня «Бакалавр»  
спеціальності «Підприємництво та торгівля»,*

*Таврійський державний агротехнологічний університет імені Дмитра Моторного,  
м. Запоріжжя*

Розроблений для забезпечення функціонування криптовалют, блокчейн сьогодні стрімко поширюється у різні сфери економіки, зокрема у сегмент NoReCa – готелі, ресторани та кафе. Його децентралізована структура, незмінність даних і прозорість відкривають нові можливості для підвищення ефективності бізнес-процесів, боротьби з шахрайством та покращення якості обслуговування гостей.

Одна з ключових проблем у сфері NoReCa – це відсутність повної прозорості щодо походження продуктів. Заклади, які прагнуть позиціонувати себе як екологічні, органічні або такі, що використовують лише локальні продукти, часто стикаються з підrobкою сертифікатів та недобросовісними постачальниками.

Блокчейн дозволяє створювати повністю прозорий ланцюг постачання – від виробника до тарілки гостя. Кожен етап – вирощування, транспортування, зберігання – фіксується у незмінному реєстрі. Це забезпечує реальну перевірку походження продуктів та гарантію їхньої якості. У 2020 році компанія IBM запустила платформу IBM Food Trust, яка дозволяє ресторанам відстежувати походження кожного інгредієнта у страві. Вже зараз платформою користуються великі мережі, зокрема Nestlé та Carrefour, а ресторани Франції використовують її для підтвердження екологічності та свіжості своїх продуктів.

Заклади NoReCa значною мірою залежать від репутації в інтернеті, адже більшість гостей обирають ресторан чи готель на основі відгуків на таких платформах, як Google Maps, TripAdvisor чи OpenTable. Однак фальшиві відгуки стали поширеною проблемою: конкуренти можуть накручувати негативні оцінки або ж заклади самі створюють «липові» позитивні відгуки.

Блокчейн може забезпечити перевірку автентичності відгуків – кожен коментар прив'язується до підтвердженого бронювання або чека, а сам відгук фіксується у блокчейні, що унеможлиблює його зміну або видалення заднім числом. Платформа Revain використовує блокчейн для створення системи відгуків нового покоління, де кожен відгук перевіряється та зберігається у незмінному вигляді. Такі рішення можуть стати стандартом для ресторанів та готелів, які прагнуть довести свою чесність та прозорість перед клієнтами.

У сфері NoReCa дуже поширені програми лояльності – накопичення бонусів за відвідування закладів чи бронювання номерів у готелях. Проте клієнти часто стикаються з втратою балів, проблемами під час їх використання або складними умовами обміну.

Блокчейн дозволяє створювати єдині бонусні системи, які працюють у мережі закладів або навіть у партнерських екосистемах, де кожен бонус фіксується в блокчейні та залишається під повним контролем клієнта.

Завдяки блокчейну заклади HoReCa можуть приймати оплату та обробляти бронювання без участі третіх сторін, таких як онлайн-платформи або агрегатори. Це знижує комісії та ризики шахрайства, адже всі транзакції фіксуються у блокчейні та перевіряються автоматично.

У великих мережах HoReCa управління персоналом – особливо сезонним – може бути складним. Блокчейн дозволяє створювати смарт-контракти, які автоматично фіксують умови працевлаштування, оплату праці, бонуси та штрафи. Це значно спрощує кадрові процеси та запобігає конфліктам.

Після пандемії COVID-19 санітарні стандарти стали особливо важливими для HoReCa. Блокчейн дозволяє фіксувати перевірки, результати аудиту, сертифікати та протоколи санітарної обробки. Усі дані зберігаються у відкритому реєстрі, доступному як для контролюючих органів, так і для гостей.

Попри великий потенціал, блокчейн у HoReCa стикається з певними викликами:

- Низька цифрова грамотність у малих закладах.
- Високі початкові витрати на інтеграцію.
- Необхідність створення єдиних стандартів та платформ для взаємодії.
- Юридичні та регуляторні питання щодо зберігання даних клієнтів.

Інтеграція блокчейн-технологій у сферу HoReCa відкриває значні можливості для прозорості, підвищення довіри клієнтів та автоматизації бізнес-процесів. Заклади, які першими адаптують ці рішення, отримують не лише конкурентні переваги, а й додаткові аргументи для залучення свідомих та лояльних клієнтів.

У сучасних умовах, коли гості все більше цінують чесність, прозорість та безпеку, блокчейн може стати технологічним фундаментом нової ери у сфері гостинності.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Беляк А. О. Вплив тенденцій цифровізації на розвиток суб'єктів господарської діяльності сфери гостинності. *Modern Economics*. 2022. № 35(2022). С. 23-28. DOI: [https://doi.org/10.31521/modecon.V35\(2022\)-04](https://doi.org/10.31521/modecon.V35(2022)-04).
2. Fortea S. L. 7. New technologies, digitalisation and trends in HORECA //for sustainable development. – С. 56.
3. Ruzza D., Morandini L., Chelli A. Blockchain Application to the SMEs in the Food Industry: Trusty Case Study //Blockchain Technology Applications in Businesses and Organizations. – IGI Global Scientific Publishing, 2022. С. 19-42.

Науковий керівник: к. е. н., доцент Лисак О. І.

## ОСНАЩЕННЯ УСТАТКУВАННЯМ НОМЕРІВ ГОТЕЛІВ

**ВИНОГРАДОВ Давид,**

*здобувач освітнього ступеня «Бакалавр»*

*спеціальності «Готельно-ресторанна справа»,*

*Національний університет біоресурсів і природокористування України, м. Київ*

Для того щоб краще поглибитись у цю тему необхідно перш за все дізнатися що таке готель. Готель – будинок із мебльованими кімнатами для короткочасного проживання приїжджих. Залежно від рівня готелю, в ньому можуть бути додаткові послуги – ресторани, кафе, бари, бібліотеки, спортзали, сауни та інше. На сьогодні в Україні та світі швидкими темпами розвивається готельне господарство. З'являються нові типи та види готелів, удосконалюються види надаваних послуг, розширюється спектр обслуговування споживачів. Впроваджуються зовсім новітні технології для забезпечення безперебійної роботи даних видів закладів, створюються нові стандарти по технології надання набору послуг. Всі ці фактори безумовно є невід'ємними елементами створення комфортабельного перебування споживачів готельних послуг на території закладу готельного господарства. Тому забезпечення комфортних умов проживання для клієнтів є однією з головних задач для тих, хто прагне бути першим у сфері послуг гостинності.

Споживач готельних послуг проводить в номері готелю найбільшу кількість часу. Тобто під час відпочинку в номері клієнт повинен бути забезпечений усім необхідним для того, щоб задовольнити власні потреби. Для підтримання іміджу підприємства та підвищення його популярності серед інших закладів необхідно звертати увагу на його оснащеність новітнім обладнанням, на наявність сучасного устаткування у межах всього підприємства та забезпеченість новим приладдям для удосконалення роботи усього персоналу. Керуючись основними вимогами до відповідності підприємства усім стандартам, можливо зробити детальний аналіз впливу оснащення номерного фонду на підвищення популярності та забезпечення нормального функціонування закладу готельного господарства.

Аналіз забезпеченості номерів окремими видами обладнання свідчить про невідповідність пропонування різних елементів обладнання попиту клієнтів, тобто для одного клієнта певний вид обладнання може бути зайвим, а для іншого - того ж обладнання може не вистачати (це насамперед стосується холодильників, телефонів, посуду). Розв'язання цієї проблеми - у більш обґрунтованому розподілі наявних номерів відповідно до попиту і підвищенні мобільності (можливості перенесення, перевезення) окремих видів обладнання. Для того, щоб задовольнити потреби споживачів готельних послуг, необхідно враховувати специфіку та особливості меблів та устаткування, що виготовляються для підприємств готельного господарства. Тобто для даних підприємств доцільно використовувати обладнання, призначене для забезпечення створення максимального комфорту споживачів [1].

Дане устаткування має ряд вимог, які відрізняються від тих, які встановлені для меблів, що використовуються для оснащення інших підприємств та житлових будинків.

Головна відмінність виробництва готельних меблів від будь-якої іншої полягає в індивідуальності замовлень. Абсолютно однакових номерів в різних готелях бути не може.

Представники готельного бізнесу встановили головні вимоги, що пред'являються до спеціалізованих готельних меблів. На їхню думку, в першу чергу готельні меблі повинні володіти підвищеною міцністю, бути пожежостійкими, надійними, довговічними, безпечними, відповідати сучасним дизайнерським тенденціям і вписуватися в загальний інтер'єр готелю, сприяти (що важливо) швидкому і зручному прибиранню. Вимоги до надійності: при експлуатації готельних меблів підвищеною термостійкістю і стійкістю до механічних пошкоджень повинні володіти кромки і поверхні стільниць, тумб і комодів.

Крім того, замки, петлі та кріплення в готельних меблів піддаються значно більшому навантаженню чим в офісній, і вже тим більше в меблях для будинку. Насправді не кожен офісний стілець піддається такому об'єму дій, як скажімо, тумбочка в готельному номері. Цілком закономірно, що фурнітура для готельних меблів повинна бути розрахована не менш ніж на 100 тис. актів відкриття. Всі робочі поверхні готельних меблів повинні бути виконані з особливо міцних матеріалів. Також на всіх лицьових поверхнях використовуються спеціальні удароміцні кромки, на яких не залишається подряпин.

Перша світлова зона - коридор - повинна висвітлюватися яскраво, тобто стельовим освітленням, тому що тут знаходиться дзеркало і шафа з основним одягом. Друга зона - санвузол: зазвичай висвітлюється зі стелі й іноді, в міру потреби, над або по периметру дзеркала. Третя зона - безпосередньо кімната (кімнати). Прикроватну територію прийнято висвітлювати за допомогою бра, сьогодні вони часто представлені двома світильниками - стаціонарним і гнучким (галоген) для читання. Друга зона кімнати - біля столу, освітлювана зазвичай настільною лампою. За нормами в номері має бути ще одне джерело світла - сьогодні модні торшери, що створюють атмосферу затишку. У 2-кімнатних номерах і номерах підвищеної комфортності додаткове освітлення прийнято встановлювати в м'яких зонах (дивани, м'які кути і т.д.) [2].

У кожному номері є мило. У поліпшених номерах є мило, гель для душу, шампунь, зубна паста і щітка. У номерах бізнес-класу та апартаментах є мило, гель для душу, шампунь, зубна щітка, паста, набір ниток, одноразові капці, шапочка для душу. Викладення всього перерахованого вище повинно оновлюватися щодня (іноді персонал економить і робить це рідше). У передпокої зазвичай можна виявити свого роду дорожній комплект - щітку для взуття (яку клієнт часто відвіз з собою), щітку для одягу і ложку.

З безкоштовного сервісу: на прохання гостя йому будуть надані прасувальна дошка, праска, кавоварка (або чайник) і кавово-чайний набір. Іноді останнє може бути включено в комплектацію номера з самого початку. У номерах категорії бізнес-клас, напівлюкс, люкс та апартamenti є електричний чайник і набір - чай, кава, кава з молоком, цукор. В оснащення номера буває включена й аптечка з набором основних препаратів (знеболюючі, від застуди і т.д.) [3].

У номерному фонді кожного готелю - незалежно від зірковості - обов'язково повинні бути 1-2 номери для людей з обмеженими фізичними можливостями. У таких номерах трохи розширений отвір вхідних дверей, збільшений метраж санвузлів, раковина й унітаз забезпечені поручнями, а піддон душової kabіни «втоплений» в підлогу. Відповідне обладнання виготовляють всі виробники, що працюють в готельному секторі.

У приміщеннях житлових поверхів використовуються спеціальні готельні меблі: вбудовані, такі, що трансформуються, навісні. В результаті такого меблювання зменшується площа, зайнята меблями, і кількість предметів, полегшується прибирання приміщень та їхнє естетичне сприйняття.

Меблювання номерів залежить від площі номера і комфортності готелю. Спосіб розміщення меблів залежать від розмірів і конфігурації номера і його житлової площі, розташування віконних і дверних отворів.

У номері основним предметом як за своїм призначенням, так і за займаною площею є ліжка. Його розташування визначає розподіл решти предметів обстановки, а отже, й характер всього інтер'єру. При мінімальній ширині приміщення 3,1 м і знаходженні дверей в кутку кімнати ліжка доцільно ставити паралельно до вікна, при меншій ширині - тільки перпендикулярно до вікна, вздовж стіни. Вільне розташування ліжка паралельно до вікна, торцем до стіни, зручне в експлуатації, проте неможливе при габаритах одномісного номера, оскільки при відповідній (встановленій нормами) площі воно заповнить весь простір номера, що ускладнить пересування по ньому.

Найскладнішим є меблювання однокімнатного номера, оскільки він поєднує функції сну, роботи, відпочинку і зберігання речей. У всіх сучасних номерах функції зберігання речей частково виносяться в передpokій, який обладнаний вбудованою шафою і вішалкою. Розставлення предметів меблювання житлового приміщення номера визначається їх функціональними зв'язками та розташуванням в номері. Так, робочий стіл повинен знаходитися біля вікна (паралельно або торцем до нього); зона відпочинку (крісло і журнальний столик) - навпроти дверей; підставка для валіз - ближче до дверей або блокується з робочим столом.

Щоб скоротити кількість предметів, які розбивають своїм виглядом композицію, їх блокують у великі за розмірами агрегати. Наприклад, можна з'єднати ліжка з нічним столиком, зробивши останній у вигляді полички, шафки або ящика, пов'язаних з ліжком; об'єднати в один предмет письмовий стіл і підставку для валіз; поєднати диван зі столиком і тумбою для ліжка та ін [4].

Особливою комфортністю відрізняються номери типу "дабл", обладнані ліжком, комбінованим столом, стільцем, журнальним столиком, кріслом і підставкою для валізи, диваном-ліжком. Диван-ліжко служить додатковим спальним місцем і має тумбочку для постільної білизни.

Двокімнатні номери складаються зі спальні та вітальні, які відокремлюються між собою розсувними або складними перегородками, відкритими або зашкеленими дверними отворами. Раціональне меблювання спальні визначається острівним розміщенням ліжок, пристінною шафою; у вітальні розміщення меблів для відпочинку повинно забезпечувати зручність користування телевізором, а меблі для роботи можуть охоплювати навісний підвіконний робочий стіл, що є одночасно підставкою для телевізора.

Житлова частина трикімнатних номерів складається зі спальні, вітальні і кабінету. Меблювання такого номера проводиться за аналогією з двокімнатним, але тут зона роботи виноситься в кабінет. Кабінет доповнюється також книжковою шафою або полицями й зоною відпочинку. У вітальні розташовується обідній стіл зі стільцями. При спальні може знаходитися вбиральня, а в передпокої - підставка для багажу. Трикімнатні номери можуть розміщуватися на двох рівнях: на першому рівні вітальня, передпокій, санвузол, кухня-ніша, а на другому - спальня, кабінет, санвузол. Іноді кабінет розташовують на першому рівні.

Проаналізувавши сучасні тенденції розвитку у сфері меблювання готельних номерів відповідним обладнанням, схарактеризувавши основні особливості створення затишку та комфорту при перебуванні в номері, визначивши головні вимоги до оснащення номерів підприємств готельного господарства, можна зробити висновок, що відповідність класифікаційним вимогам устаткування номерного фонду має надзвичайно велике значення для забезпечення належного рівня якості послуг розміщення.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Руденко В.П. Основи готельної справи. 7.3.2. Меблювання готельних приміщень
2. Мунін Г.Б., Змійов А.О., Зіновев Г.О., Самарцев Є.В., Гаца О.О., Максимець К.П., Роглев Х.Й. Управління сучасним готельним комплексом: Навч. посіб./За редакцією члена-кор. НАН України, д.е.н., професора Дорогунцова С.І. К.: Ліра-К.
3. Роглев Х.Й. Основи готельного менеджменту Навчальний посібник. - К.: Кондор.
4. Скибінський С.В., Іванова Л.О., Моргун О.Ф. Маркетинг готельних послуг, Львів Видавництво Львівської комерційної академії.

Науковий керівник: д. т. н., професор Бандура В. М.

## КОНЦЕПТУАЛЬНЕ ОБҐРУНТУВАННЯ ТУРИСТИЧНОГО КОМПЛЕКСУ

**ВОВК Анастасія,**

*здобувачка освітнього ступеня «Бакалавр»*

*спеціальності «Готельно-ресторанна справа»,*

*Національний університет біоресурсів і природокористування України, м. Київ*

Актуальність теми. В останні роки індустрія гостинності в Україні стикається з серйозними ризиками, спершу пов'язаними з глобальною пандемією COVID-19, а з 2022 року з серйозними наслідками повномасштабного вторгнення. Велика кількість підприємств, зазнали значних руйнувань, вимушеного закриття та інших обмежень, що негативно вплинуло на туристичний потік і загальний стан сфери гостинності. Проблеми з логістикою, відключенням електропостачання, комендантська година ускладнили роботу закладів.

Проектування сучасного туристичного комплексу надзвичайно актуальним в умовах відновлення та розвитку індустрії гостинності в Україні. Вибір Одеси, як міста будівництва туристичного комплексу сприятиме залученню внутрішнього та міжнародного туризму, створенню нових робочих місць і розвитку місцевої інфраструктури, підвищить економічну привабливість регіону.

Мета дослідження. Обґрунтувати доцільність будівництва туристичного комплексу в Приморському районі Одеси шляхом аналізу туристичного потоку, конкурентного середовища та рівня розвитку інфраструктури району.

Дослідження. Сезонний період з травня до вересня 2024 року в Одесі характеризувався потребою послуг розміщення для 500-600 тисяч туристів, загальна цифра за рік може сягати 800-900 тисяч осіб. Прогнозоване зростання попиту на сімейний туризм створює сприятливі умови для функціонування туристичних комплексів, орієнтованих на цей сегмент ринку.

Основний туристичний потік припадає на період із травня по вересень, коли завантаженість досягає 90-100%. Попит на послуги розміщення в цей період залежить від погодних умов, літнього сезону відпусток та зростаючого інтересу до морського відпочинку. В березні та жовтні спостерігається незначний попит на послуги розміщення через можливі нестабільні погодні умови, в цей час туристичним комплексам доцільно впроваджувати спеціальні акційні пропозиції для залучення гостей.

Одним з основних факторів, що впливає на обґрунтованість будівництва туристичного комплексу, є аналіз міграційних потоків, поточних потреб району, а також оцінка потенційного потоку туристів. Приморський район Одеси займає площу 24,2 км<sup>2</sup> із населенням 259 тисяч осіб та високим рівнем урбанізації. Будівництво нового туристичного комплексу сприятиме створенню додаткових робочих місць як на етапі проектування об'єкта, так і під час його подальшого функціонування.

Приморський район Одеси має значні туристичні переваги, що роблять його привабливим для інвестування у сферу гостинності. Основними факторами, що визначають туристичний потенціал району є:

1. Природні ресурси. Місцем відпочинку туристів у теплу пору року є пляжі Ланжерон, Відрада, Дельфін, Аркадія, Чайка, дендропарк Перемоги, парк ім. Тараса Шевченка.

2. Культурно-історична спадщина. Налічується понад 50 пам'ятників монументального мистецтва, театри, музеї, архітектурні ансамблі. Приморський бульвар, Потьомкінські сходи, Одеський оперний театр підкреслюють культурну спадщину міста, приваблюючи туристів з усіх куточків світу.

3. Розвинена транспортна інфраструктура. Мережа громадського транспорту, що включає трамваї, тролейбуси та маршрутні таксі, полегшує пересування містом.

4. Рекреаційно-розважальна інфраструктура. Велика кількість ресторанів, нічних клубів, торгових центрів та аквапарків, створює додаткові можливості для дозвілля туристів.

Проектування туристичного комплексу передбачає врахування сучасних тенденцій ринку, потреб цільової аудиторії та особливостей місцезнаходження [1, 2]. В умовах високої конкуренції значний вплив має унікальність концепції, яка дозволяє підприємству зайняти власну нішу та запропонувати гостям новий формат відпочинку.

На території району функціонують різні типи закладів розміщення, що створюють конкурентне середовище:

1. готелі (30%) – здебільшого преміум-класу, такі як такі як Hotel Bristol, NEMO Hotel Resort & SPA, що пропонують широкий спектр послуг, але за високими цінами.

2. вілли (20%) – міні-готелі з невеликим номерним фондом, але конкурентоспроможною позицією на ринку, як Villa Panama.

3. апарт-готелі (15%) – популярний формат серед туристів, які шукають незалежне проживання, як в Arcadia Villa Apartments.

4. курортні готелі (25%) – орієнтовані на довгостроковий відпочинок й мають розвинену інфраструктуру для відпочинку та рекреації.

Область діяльності туристичних комплексів не є новою для Одеси, проте авторська концепція підприємства забезпечить його конкурентоспроможність, дозволяючи поєднати переваги класичних готелів, апарт-готелів та баз відпочинку. Цінова політика підприємств є такою, що люкс готелі пропонують номери за 6000–11000 грн/доба, середній сегмент знаходиться в діапазоні 1000–2700 грн/доба.

Концепція практичної реалізації туристичного комплексу у Приморському районі Одеси передбачає створення сучасного тризіркового закладу розміщення місткість 96 ліжок/місць, що відповідає актуальним потребам ринку гостинності. Ділянка, призначена для будівництва, забезпечить належні умови для розміщення інфраструктури комплексу, включаючи апартаменти, зону відпочинку та підприємства харчування. Окремі павільйони, що оточують центральну зону відпочинку, дозволять створити комфортне середовище для гостей. Замість традиційного ресторану

унікальною ідеєю стане пекарня-кондитерська, що пропонує широкий асортимент свіжої випічки і кондитерських виробів. Комплекс надаватиме рекреаційні послуги з професійним використанням сучасного обладнання. Додатковою конкурентною перевагою стане широкий вибір послуг з дозвілля, можливість орендувати спорядження для активного відпочинку для різних вікових груп [3].

Висновок. Прогнозоване зростання попиту на сімейний туризм створює сприятливі умови для функціонування туристичних комплексів, орієнтованих на цей сегмент ринку. Одеса, яка у 2024 році ввійшла у топ-3 міст України за кількістю прожитих номеро-ночей, підтверджує високий рівень попиту на послуги розміщення. Реалізація проекту туристичного комплексу в Приморському районі Одеси сприятиме розвитку місцевої інфраструктури, створенню нових робочих місць і підвищенню інвестиційної привабливості регіону. Унікальна концепція підприємства, що поєднує комфортні умови проживання та розвинену інфраструктуру, забезпечить його конкурентоспроможність на ринку.

### СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Непочатенко, В., Нагернюк, Д. Готельний ринок України в умовах війни та перспективи його розвитку. Економіка та суспільство. 2024. № 67. URL: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2024-67-133>.
2. Аналіз готельного ринку України у 2024 році. URL: <https://inventure.com.ua/uk/analytics/investments/analiz-gotelnoho-rinku-ukraini-u-2024-roci>.
3. Google Maps. Приморський район, Одеса, Одеська область, Україна, 65000. URL: <https://www.google.com/maps/place/Приморський район>.

Науковий керівник: д. т. н., професор Бандура В. М.

### УПРАВЛІННЯ СУЧАСНИМ ПІДПРИЄМСТВОМ ГОТЕЛЬНОГО ГОСПОДАРСТВА

**ВОЛИНКІНА Юлія,**

*здобувачка освітнього ступеня «Бакалавр» спеціальності «Туризм та рекреація»,  
Національний університет біоресурсів і природокористування України, м. Київ*

Готельне господарство є однією з найбільш динамічних і відомих галузей у світовій економіці. Сучасні готелі стикаються з численними викликами, такими як зміна споживчих вподобань, технологічні інновації, конкуренція та потреба в сталості. Управління готелем вимагає комплексного підходу, що включає сучасні методи, інструменти управління та відповідність високим стандартам обслуговування.

Готель розглядається як інтегрована система, що складається з різних підрозділів: обслуговування, кухні, фінансів, маркетингу, HR тощо. Керування готелем передбачає координацію всіх етапів діяльності, щоб забезпечити безперебійну роботу та максимальну задоволеність клієнтів.

Зв'язки між підрозділами забезпечують швидкі реакції на запити від клієнтів і покращують загальну продуктивність.

Основними задачами управління підприємства є [1, 2]:

- забезпечення ефективності – підвищення фінансових показників через оптимізацію використання ресурсів, зниження витрат і максимізацію доходів;
- якість обслуговування – розробка стандартів і процедур, які забезпечують бездоганне обслуговування гостей, що підвищує їхнє задоволення та лояльність;
- маркетингова стратегія – використання аналітичних інструментів, щоб зрозуміти ринок, розробити ефективні рекламні кампанії та позиціонувати готель серед конкурентів.

Управління персоналом [1, 2]:

- найм і навчання. Основою успішного ресторанного та готельного бізнесу є кваліфікований персонал. Найм персоналу включає ретельний відбір, орієнтуючи увагу на їхніх навичках і ставленні до споживачів;

- мотивація. Важливий аспект управління — це розробка ефективних систем мотивації для персоналу, що включають як фінансові (бонуси, премії), так і нефінансові винагороди (визнання досягнень, розвиток кар'єри);

- командна культура. Формування середовища, що заохочує співпрацю та підтримує активну участь співробітників у процесах прийняття рішень, призводить до збільшення продуктивності.

- Управління запасами та ресурсами:

- ефективна логістика. Оптимізація постачання для забезпечення безперебійної роботи готелю та контролю за витратами на продукти та матеріали;

- контроль якості. Встановлення систем контролю якості для перевірки виконання стандартів обслуговування, що допомагає зміцнити репутацію готелю.

Фінансове управління: бюджетування та фінансовий контроль – сучасні готелі потребують чіткої системи планування бюджету для управління доходами та витратами. Ефективне фінансове управління включає щомісячний аналіз фінансових показників, контроль прибутків і витрат, що дозволяє забезпечити фінансову стабільність; визначення цінової політики. Цінова стратегія має бути гнучкою та адаптивною, враховуючи сезонність, попит та конкурентів. Успішні готелі часто використовують динамічне ціноутворення, щоб максимізувати прибуток у пікові сезони та залучити більше гостей у періоди низького попиту.

Інновації та технології: технології в обслуговуванні. Все більше готелів впроваджують технології, які покращують обслуговування споживачів. Це включає мобільні додатки для управління бронюванням, перевірки онлайн-реєстрацій, а також технології «інтернету речей» для управління номерами (освітлення, температура, безпека); штучний інтелект. Використання AI для обробки запитів, аналізу великих даних для прогнозування потреб клієнтів, оптимізації персоналу та автоматизації рутинних завдань зменшує витрати та підвищує ефективність.

Управління репутацією:

- моніторинг онлайн-відгуків. Відгуки гостей в інтернеті (на платформах типу TripAdvisor, Google Reviews, Booking.com) мають великий вплив на репутацію готелів. Оперативний моніторинг та реагування на відгуки допомагає підтримувати позитивний імідж;

- управління кризами: Розробка стратегій для вирішення негативних ситуацій (наприклад, негараздів із сервісом або інцидентів) є критично важливою для захисту репутації.

- Інклюзивність та різноманітність [1, 2]:

- доступність послуг – по сучасні готелі намагаються бути інклюзивними й доступними для всіх клієнтів, включаючи людей з інвалідністю, літніх людей та сімей з дітьми. Це передбачає наявність спеціалізованих послуг у ресторанах, комплексах SPA, а також доступ до номерів і місць загального користування;

- культурна чутливість – розуміння й врахування різних культурних особливостей гостей, здатність адаптувати обслуговування під потреби іноземних туристів, сприяє створенню комфортної та приємної атмосфери.

Успішні готелі вкладають кошти в розвиток своїх брендів, технологій обслуговування і людських ресурсів, що призводить до підвищення рівня задоволеності клієнтів і забезпечує довгострокову конкурентоспроможність.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Розробка стратегії управління підприємствами готельного господарства та впровадження принципів всезагального управління якістю. URL: <https://buklib.net/books/32533/>
2. Державне агентство розвитку туризму України: URL: <https://www.tourism.gov.ua/>

Науковий керівник д.е.н., професор Мельниченко С. В.

## ОПТИМІЗАЦІЯ ОРГАНІЗАЦІЇ НАДАННЯ ОСНОВНИХ ПОСЛУГ У ГОТЕЛІ «УКРАЇНА»

**ВОРОЩУК Максим,**

*здобувач освітнього ступеня «Бакалавр»*

*спеціальності «Готельно-ресторанна справа»,*

*Національний університет біоресурсів і природокористування України, м.Київ*

Готельний бізнес є важливим сегментом індустрії гостинності, тому конкурентоспроможність будь-якого бізнесу завжди залежить від якості та ефективності надання послуг. Вони повинні містити всі останні технології для досягнення оптимальної продуктивності. Як і багато інших готелів, готель

«Україна», один із найвідоміших у центрі Києва, має деякі труднощі з організацією основних послуг.

Послуги готелю охоплюють проживання гостей, професійні бронювання з реєстрацією, ретельне прибирання номерів, різні варіанти харчування, а також корисні зручності, наприклад транспорт, конференц-зали з послугами пральні.

Важливо автоматизувати процеси. Є кілька стратегій, за допомогою яких можна оптимізувати ці процеси. Впровадження онлайн-бронювання, мобільних ключів для номерів і чат-ботів для спілкування з гостями значно скорочує час очікування й мінімізує потребу в додаткових адміністративних ресурсах. Усі сучасні цифрові технології покращують точність роботи, зменшують навантаження на персонал і запобігають деяким потенційним помилкам, і все це позитивно впливає на загальну задоволеність клієнтів.

Удосконалення організації послуг вимагає суттєвої оптимізації роботи персоналу, разом із технологічними нововведеннями. Впровадження продуктивного розподілу завдань, покращення навичок працівників та використання програмного забезпечення для управління персоналом дозволяють зменшити деякі витрати часу та підвищити певну якість послуг. Автоматизовані системи координують роботу покоївок, тому кожную кімнату швидко прибирають і час простою зменшується. Ще один аспект поліпшення готельних послуг - підвищення стандартів обслуговування.

Також важливо приділяти увагу модернізації матеріально-технічної бази готелю. Оновлення номерного фонду, поліпшення декору, встановлення сучасних систем кондиціонування та освітлення допоможуть створити комфортні умови для гостей. Впровадження енергоефективних технологій дасть змогу скоротити витрати на утримання готелю і зробити його більш екологічним.

Ще один важливий крок – впровадження системи лояльності для постійних клієнтів. Гнучкі знижки, спеціальні пропозиції та бонусні програми допоможуть підвищити рівень повторних бронювань і побудувати довгострокові відносини з клієнтами. Індивідуальний підхід до клієнтів допомагає створити унікальний сервіс, який вигідно відрізняє українські готелі від конкурентів. Ще одним елементом поліпшення готельних послуг є підвищення рівня безпеки гостей і персоналу. Впровадження сучасних систем відеоспостереження, електронних замків та інтеграція мобільних застосунків для контролю доступу в номери дає змогу знизити ризик небажаних інцидентів. Також варто приділити увагу підготовці персоналу до надзвичайних ситуацій, забезпечивши його відповідним навчанням та інструктажем. Ще один важливий аспект – відповідальність готелю перед навколишнім середовищем. Сучасні споживачі все частіше звертають увагу на екологічні ініціативи готельних закладів.

Крім того, варто звернути увагу на розширення каналів зв'язку з клієнтами. Використання соціальних мереж, мобільних додатків і чат-ботів для надання інформації та своєчасного вирішення питань дасть змогу підвищити рівень обслуговування. Цифровізація дає змогу готелям стати

ближчими до своїх клієнтів, швидко реагувати на їхні запити та надавати персоналізовані послуги. Ще одним ключовим елементом оптимізації є впровадження аналітичних інструментів для аналізу поведінки клієнтів: використання CRM-систем для збору даних про клієнтів дає змогу персоналізувати послуги, адаптувати пропозиції до потреб відвідувачів і прогнозувати рівень заповнюваності готелю. Це сприяє ефективному управлінню ресурсами, зниженню витрат і підвищенню рентабельності.

Таким чином, оптимізація базової організації обслуговування в готелі "Україна" потребує впровадження новітніх технологій, ефективного розподілу обов'язків персоналу, модернізації матеріально-технічної бази та підвищення рівня сервісу. Також важливо приділяти увагу безпеці, екології, активному спілкуванню з клієнтами та використанню аналітичних даних для поліпшення якості послуг. Реалізація цих заходів дасть змогу не тільки підвищити якість обслуговування, а й забезпечити конкурентоспроможність готелів на готельному ринку.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Олійник В., Дишкантюк Ю., Власюк К. Оптимізація якості готельних послуг. *Economy and Society*, № 35, 2022. URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/35>
2. Пукач Я.О. Впровадження цифрових технологій у готельному бізнесі. *Economy and Society*, № 40, 2023. URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/40>
3. Влащенко Н.М. Інноваційні технології у готельному господарстві: навчальний посібник. Київ: Центр учбової літератури, 2021. 320 с.
4. Луцький І.М. Фактори впливу на якість надання послуг готелями. *Простір*, № 5, 2023, С. 45–52.
5. Карбівнича Т.В. Інноваційні технології для конкурентоспроможності готелів: кваліфікаційна робота. Львів: ЛНУ ім. І. Франка, 2022. 98 с.

Науковий керівник: д. т. н., професор Бандура В. М.

## ВИКОРИСТАННЯ ІННОВАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ У РОБОТІ СЛУЖБИ ПРИЙОМУ ТА РОЗМІЩЕННЯ У ПІДПРИЄМСТВІ ГОТЕЛЬНОГО ГОСПОДАРСТВА

**ГЕЦЬ Анастасія,**

*здобувачка освітнього ступеня «Бакалавр»*

*спеціальності «Готельно-ресторанна справа»,*

*Національний університет біоресурсів і природокористування України, м. Київ*

Використання інноваційних технологій у роботі служби прийому та розміщення є ключовим фактором підвищення якості обслуговування гостей у готельному господарстві. Сучасні підприємства готельного господарства

впроваджують різноманітні технологічні рішення, які не тільки спрощують операційні процеси, але й покращують загальний досвід відпочинку клієнтів. Однією з основних інновацій є використання електронних систем бронювання, які дозволяють майбутнім клієнтам самостійно резервувати номери через інтернет-платформи. Це забезпечує зручність для клієнтів та полегшує роботу персоналу, зменшуючи кількість телефонних дзвінків, електронних листів. Крім того, такі системи часто інтегруються з іншими внутрішніми програмами готелю, що забезпечує автоматичне оновлення інформації про наявність номерів та цінову політику [1].

Іншою важливою технологією є використання мобільних додатків, які дають можливість управляти гостям їх перебуванням у готелі. Через такі додатки клієнти можуть здійснити онлайн-реєстрацію, замовляти додаткові послуги, отримувати інформацію про заходи, спеціальні пропозиції [2].

Впровадження технологій розпізнавання обличчя надає можливість швидкої та безконтактної реєстрації гостей. Це скорочує час на чек-ін та чек-аут, але й рівень безпеки забезпечує точну ідентифікацію гостей готельних господарств. Ця технологія замінює також традиційні ключі або картки. Роботизація стає все більш популярною в готельному бізнесі. Роботи-консьєржі можуть надавати інформацію про готельні послуги, місцеві визначальні пам'ятки та ресторани. Вони здатні відповідати на запитання відвідувачів готелів кількома мовами, що робить їх корисними для клієнтів з різних куточків світу. Крім того, роботи можуть доставити багаж або замовлення з ресторану прямо до номерів гостей.

Використання штучного інтелекту дозволяє готелям аналізувати великий масив даних про вподобання та поведінку гостей. Це дає можливість пропонувати персоналізовані рекомендації/послуги, що забезпечують задоволеність відвідувачів. Наприклад, на основі попередніх бронювань та відгуків ШІ можна рекомендувати певні типи номерів або додаткові послуги, які можуть зацікавити конкретного гостя [3].

Інтерактивні інформаційні панелі, розташовані у вестибюлях та інших загальних зонах, надають користувачам актуальну інформацію про події, погоду, транспорт та інші корисні дані. Це дозволяє клієнтам отримати необхідну інформацію без звернення до персоналу готелю, що забезпечує комфорт і задоволеність клієнтів готелів.

Технології Інтернет-речей дозволяють автоматизувати багато аспектів обслуговування в номерах готелів. Гості можуть керувати освітленням, температурою, шторами та іншими елементами за допомогою планшетів або смартфонів. Це забезпечує індивідуальний комфорт [2].

Впровадження безконтактних платіжних систем спрощує процес оплати за послуги. Гості можуть розраховуватися за допомогою мобільних гаманців або безконтактних карток, що прискорює процес оплати.

Одним із напрямків інноваційних технологій у готельному бізнесі є впровадження мультимедійних технологій (електронних каталогів).

Електронні каталоги готелю дозволяють віртуально подорожувати номерами різних категорій, залами ресторанів, конгрес-центрів, вестибюля. Вони надають потенційному гостю інформацію про готель і дозволяють гостям швидко обрати готельні продукти [4].

Сучасні інноваційні технології, що використовуються в готельному господарстві, охоплюють широкий спектр рішень, від електронних систем бронювання та мобільних додатків до технологій розпізнавання обличчя, роботизації, штучного інтелекту та Інтернету речей. Ці технології спрямовані на автоматизацію процесів, підвищення зручності та комфорту гостей, а також на покращення якості обслуговування.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Інноваційні технології у готельному господарстві : навч. посіб. / Н. М. Влащенко ; Харків. нац. ун-т міськ. госп-ва ім. О. М. Бекетова. Харків : ХНУМГ ім. О. М. Бекетова, 2023. 150 с.
2. Вдовічена О., Паламарек К. Роль світових інноваційних технологій у розвитку готельно-ресторанного бізнесу. Інновації та технології в сфері послуг і харчування, 2024. Вип. 2 (12), С. 22-27. URL: [https://doi.org/10.32782/2708-4949.2\(12\).2024.3](https://doi.org/10.32782/2708-4949.2(12).2024.3).
3. Топові технології в готельному господарстві: як покращити сервіс та зручність гостей. URL: <https://hotel-solution.com.ua/news/top-technologies-in-the-hotel-industry-how-to-improve-service-and-convenience-of-guests>.
4. Домінська О. Я., Батьковець Н. О. Сучасний стан та інноваційні процеси розвитку готельно-ресторанного бізнесу в Україні. Вісник Львівського торговельно-економічного університету. Економічні науки. 2017. Вип. 52. С. 39-41. Режим доступу: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vlca\\_ekon\\_2017\\_52\\_8](http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vlca_ekon_2017_52_8).

Науковий керівник: д. е. н., професор Петренко О. О.

## АНАЛІЗ СУЧАСНИХ ТЕНДЕНЦІЙ У СФЕРІ ОЗДОРОВЧО-ТУРИСТИЧНИХ КОМПЛЕКСІВ

**ГРИБОВА Юлія,**

*здобувачка освітнього ступеня «Бакалавр»  
спеціальності «Готельно-ресторанна справа»,*

*Національний університет біоресурсів і природокористування України, м. Київ*

Оздоровчо-туристичні комплекси є важливою складовою індустрії туризму, оскільки поєднують відпочинок із покращенням фізичного та

психологічного стану людини. Сучасні тенденції в цій сфері визначаються зміною уподобань туристів, розвитком технологій та зростаючим інтересом до здорового способу життя.

Однією з ключових тенденцій є екологічний туризм і стійкий розвиток. Сучасні оздоровчі комплекси активно впроваджують екологічно чисті технології, використовують натуральні будівельні матеріали та прагнуть мінімізувати вплив на навколишнє середовище. Вони застосовують геотермальне опалення, сонячні панелі та сучасні системи очищення води, що дозволяє створити комфортні умови для відпочинку без шкоди природі.

Важливим аспектом є персоналізація послуг. Туристи очікують індивідуального підходу до оздоровчих програм, тому комплекси впроваджують персоналізовані плани харчування, тренувань та відпочинку, які базуються на аналізі стану здоров'я гостя. Завдяки цьому кожен клієнт отримує унікальний підхід до свого оздоровлення.

Цифрові технології відіграють значну роль у сучасному оздоровчому туризмі. Використання мобільних додатків для бронювання процедур, відстеження стану здоров'я, проведення віртуальних турів та онлайн-консультацій із фахівцями стало звичним явищем. Також активно впроваджуються технології штучного інтелекту, які допомагають створювати оптимальні програми оздоровлення.

Значний розвиток отримує медичний туризм. Оздоровчі комплекси розширюють спектр послуг, пропонуючи медичні процедури, реабілітацію, фізіотерапію та консультації лікарів. Зростає попит на санаторно-курортне лікування, яке включає традиційні та альтернативні методи, що сприяє залученню ширшої аудиторії туристів.

Також зростає попит на програми, які спрямовані на духовне та ментальне благополуччя. Йога, медитація, ретрит-тури, психотерапевтичні практики та енергетичні методи оздоровлення стають важливою складовою оздоровчого туризму. Комплекси пропонують спеціалізовані програми, що сприяють гармонізації внутрішнього стану людини.

Ще однією важливою тенденцією є збереження локальних і етнічних традицій у сфері оздоровчого туризму. Відвідувачі все більше цікавляться місцевими традиціями оздоровлення, такими як карпатські чані, тайський масаж, аюрведа, термальні джерела. Це сприяє розвитку унікальних пропозицій для різних категорій туристів та підвищенню привабливості оздоровчих комплексів.

Сучасні оздоровчо-туристичні комплекси активно адаптуються до змін у суспільстві та впроваджують інноваційні підходи. Поєднання екологічності, персоналізації послуг, цифрових технологій, медичного туризму та духовного благополуччя створює нові можливості для розвитку цього сегмента ринку. В майбутньому подальше зростання буде зумовлене інтеграцією сучасних технологій та посиленням орієнтації на потреби клієнтів.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Бондаренко О. В. "Сучасні тенденції розвитку оздоровчого туризму" // Туристичний вісник, 2023.
2. Іванченко П. М. "Екологічний туризм і його вплив на оздоровчі комплекси" // Журнал екологічних досліджень, 2022.
3. Сидоренко Л. В. "Цифрові технології в сфері оздоровчого туризму" // Наукові праці Національного університету туризму, 2024.

Науковий керівник: д. т. н., професор Бандура В. М.

## КОМУНІКАЦІЙНІ СТРАТЕГІЇ В ІНДУСТРІЇ ГОСТИННОСТІ

**ГРИНЬ Анастасія,**

*здобувачка освітнього ступеня «Бакалавр» спеціальності*

*«Готельно-ресторанна справа»,*

*Київський національний університет технологій та дизайну, м. Київ*

У сучасному світі готельно-ресторанний бізнес відіграє важливу роль у розвитку економіки та міжнародного туризму. Високий рівень конкуренції у сфері гостинності вимагає від підприємств не лише якісного обслуговування, а й ефективної комунікації з клієнтами. Саме комунікація є ключовим фактором створення позитивного іміджу, формування лояльності гостей та підвищення конкурентоспроможності закладу. Враховуючи швидкий розвиток цифрових технологій та зміну споживчих очікувань, сучасні підприємства індустрії гостинності змушені постійно адаптувати свої комунікаційні стратегії, щоб відповідати сучасним викликам ринку.

Комунікаційні стратегії в індустрії гостинності базуються на поєднанні традиційних та інноваційних підходів до взаємодії з клієнтами. Основним аспектом є міжособистісна комунікація, що відображає якість обслуговування, професіоналізм персоналу та вміння встановлювати контакт із гостями. Важливу роль у створенні комфортної атмосфери для клієнтів відіграє як вербальне так і невербальне спілкування, адже доброзичливий тон, уважність до деталей та відповідна мовна культура сприяють задоволенню потреб гостей та формуванню позитивного досвіду [1]. Важливим є не лише правильний вибір слів, але й інтонація, тембр голосу та чіткість мовлення, які можуть впливати на ефективність сприйняття інформації клієнтами. Невербальні сигнали, такі як міміка, жести та контакт очима, підкреслюють щирість і відкритість персоналу, створюючи довірливу атмосферу. Крім того, грамотне використання простору, правильна дистанція під час спілкування та відсутність закритих поз сприяють кращому взаєморозумінню між працівниками закладу та гостями. Саме така комбінація вербальних і невербальних

елементів допомагає персоналу передати свою увагу, турботу і готовність допомогти, що значно покращує загальне враження клієнта про заклад [2].

Сучасні заклади гостинності окрім безпосередньої взаємодії з клієнтами, активно використовують цифрові канали комунікації. Соціальні мережі, офіційні веб-сайти, мобільні додатки та електронна пошта стали важливими інструментами залучення клієнтів, підтримки зворотного зв'язку та управління репутацією бренду. Таргетована реклама та алгоритми аналізу даних дозволяють пропонувати гостям персоналізований контент, що підвищує рівень їхньої зацікавленості та лояльності. Використання персоналізованого маркетингу сприяє створенню довгострокових відносин із клієнтами, оскільки заклади можуть адаптувати свої пропозиції відповідно до уподобань відвідувачів [3]. Також важливу роль відіграє моніторинг відгуків та оперативне реагування на них, що допомагає формувати позитивний імідж компанії. Поєднання технологічних рішень і людської взаємодії створює цілісну комунікаційну стратегію, яка сприяє успішному розвитку закладу.

Окрему увагу заслуговує управління конфліктами, яке є невід'ємною частиною стратегії будь-якого успішного закладу. Готельно-ресторанні комплекси мають бути готовими не лише до вирішення конфліктних ситуацій, а й до їх попередження, що дозволяє знижувати рівень напруги та покращувати загальний клієнтський досвід. Важливим аспектом є вчасне реагування на негативні відгуки, використання конструктивного підходу до діалогу з незадоволеними гостями та демонстрація прагнення до вдосконалення сервісу. Використання проактивної комунікації, вибачення у разі помилок та запропонування альтернативних рішень сприяє формуванню довіри та збереженню репутації закладу. Крім того, регулярне навчання персоналу ефективним методам комунікації допомагає уникати ескалації конфліктів. У цьому контексті прозорість, чесність і відповідальність є основними принципами ефективної взаємодії з клієнтами.

Не менш важливою складовою комунікаційної стратегії є внутрішня комунікація між співробітниками. Злагоджена командна робота, ефективний розподіл обов'язків та підтримка корпоративної культури сприяють підвищенню продуктивності персоналу та покращенню якості послуг. Використання сучасних цифрових платформ для внутрішнього спілкування, таких як корпоративні чати та системи управління завданнями, дозволяє оптимізувати робочий процес та підвищити ефективність взаємодії між співробітниками.

Таким чином, ефективна комунікація є запорукою успішної діяльності підприємств індустрії гостинності. Використання різноманітних комунікаційних стратегій, що поєднують особисту взаємодію, цифрові технології, управління конфліктами та внутрішню координацію, сприяє створенню позитивного іміджу закладу та підвищенню рівня задоволеності клієнтів. У сучасних умовах розвитку готельно-ресторанного бізнесу комунікаційна стратегія повинна бути гнучкою, інноваційною та орієнтованою на довгострокову взаємодію з клієнтами, що забезпечує стійкий розвиток та конкурентні переваги підприємств у сфері гостинності.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Благополучна А., Кирилюк І., Поворознюк І., Ляховська Н., & Литвин О. (2022). Культура професійного спілкування в індустрії гостинності: її значення та вплив. Економічні горизонти, 2(20), 4–11. [https://doi.org/10.31499/2616-5236.2\(20\).2022.261844](https://doi.org/10.31499/2616-5236.2(20).2022.261844)
2. Каламан О.Б., Дишкантюк О.В., Власюк К.В. (2023). Комунікативні процеси в системі управління персоналом індустрії гостинності. Інфраструктура ринку. Випуск 71, 128–134. Фостолович В., Гуртовий Ю., & Фостолович Р. (2024).
3. Комунікаційні процеси в підприємств сфери гостинності за умов цифрових трансформацій. Економіка та суспільство, (61). <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2024-61-58>

Науковий керівник: д. н. з держ. упр., доцент Ахмедова О. О.

### **РИЗИКИ ВІДКРИТТЯ ВЛАСНОЇ СПРАВИ У СФЕРІ HoReCa В УМОВАХ ВОЄННОГО ТА ПОСТ ВОЄННОГО СТАНУ**

**ДАВИДОВА Анастасія,**

*здобувачка освіти спеціальності «Харчові технології»,*

*Полтавський фаховий коледж підприємництва і ресторанного бізнесу, м. Полтава*

Створення власного підприємства і виконання підприємницьких функцій – надзвичайно складна та ризикова справа, яка вимагає великої сили волі, затрат енергії, цілеспрямованості тощо.

Отримані теоретичні знання та практичні навички із спеціальностей 181 «Харчові технології» та 241 «Готельно-ресторанна справа» є базисом для відкриття власної справи сферах гостинності та ресторанного бізнесу. Розуміння та знання принципів ведення бізнесу, управління, організації бухгалтерського обліку та формування податкової політики є обов'язковим елементом провадження підприємницької діяльності.

Враховуючи воєнний стан, кризову ситуацію, готельно-ресторанний бізнес зазнає значних трансформацій, що пов'язані не лише з жорсткими умовами виживання, а й процесом глобалізації та інтеграції світового ринку. За умов, що створились, сфера гостинності та готельно-ресторанний бізнес зокрема потребують впровадження новітніх технологій.

Згідно з дослідженням, проведеним мною, серед здобувачів освіти Полтавського фахового коледжу підприємництва і ресторанного бізнесу, які закінчують у 2025 році коледж (було опитано 58 осіб), 39,5 % осіб розвивають на практиці свою професійну діяльність або вже мають бізнес у сфері HoReCa.

Проте більшість здобувачів (а саме 49,5 %) бачать себе у підприємстві лише в подальшій перспективі, не значна частина здобувачів планує продовжити навчання в закладах вищої освіти ( а саме 11%).

Підприємство, і зокрема розвиток HoReCa, є основою поточного та післявоєнного відновлення України.

Гроші, а точніше їх відсутність - це перше, що заважає молодим підприємцям реалізовувати свої мрії. Існує багато способів залучення коштів. Найвідоміший - це фінансування.

Наприклад, була запущена урядова програма «Доступні кредити 5-7-9%». З початку повномасштабного вторгнення доступ до неї був спрощений, і компанії змогли отримати кредити під 0% річних. Однак такий підхід підходить для діючих підприємств, які можуть дозволити собі оборотний капітал.

Для стартапів, особливо студентських, найкращими способами залучення коштів є гранти, інвестиції та краудфандинг. Гранти можуть надаватися урядами, міжнародними організаціями або приватними інвесторами.

Грантові програми «Робота — це дієва допомога від держави для відновлення, створення власної справи з нуля, реалізації амбітних проєктів, генерування нових робочих місць та здобуття потрібних на ринку праці спеціальностей [2 Отримати мікрогрант можуть як діючі підприємці, так і люди, що не мають досвіду підприємницької діяльності.

Інвестиції. Одним із варіантів залучення інвесторів до співпраці участь у різноманітних бізнес-спільнотах, конференціях, підприємницьких заходах та форумах, де можуть бути присутніми потенційні інвестори. Наприклад, якщо підприємець планує розпочати бізнес у сфері HoReCa, варто звернути увагу на Всеукраїнський ресторанний саміт [3], конференцію PRORESTO [4]. та бізнес-форум HoReCa.ReStart [5].

Краудфандинг – це спосіб отримати кошти практично для кожного бажаючого. Для цього потрібно створити проєкт, який зацікавить спонсорів і спонукатиме їх зробити внески. Краудфандинг все ще не дуже популярний в Україні, але це ефективний спосіб залучення капіталу при створенні бізнесу з нуля. За допомогою краудфандингу можна знайти прихильників, які готові інвестувати у ваш бізнес [2].

Таким чином, можна зробити висновок, що можливостей дуже багато і важливо лише обрати той шлях, який відповідає особистим цінностям та бізнес-цілям молодого підприємця. Також слід пам'ятати, що студентство - це чудова можливість розвиватися та досягти успіху в кар'єрі.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Популяризація підприємництва серед молоді збільшить економічну стійкість України. Українська Правда. URL: [https:// www.epravda.com.ua/publications/2022/10/14/692621/](https://www.epravda.com.ua/publications/2022/10/14/692621/)

2. Гроші для бізнесу: 5 джерел фінансування власної справи. Віктор Андрухів. Mind. URL: <https://mind.ua/openmind/20258557-groshi-dlyabiznesu-5-dzherel-finansuvannya-vlasnoyi-spravi>
3. Всеукраїнський ресторанний саміт. Бізнес-Конструктор. Holders. URL: <https://urs.bizconstructor.com/>
4. Про людей, ідеї та натхнення: як вибудувати ресторанний бізнес під час кризи. URL: <https://www.proresto.com.ua/>
5. Бізнес форум HoReCa.ReStart. URL: <https://bpc.in.ua/horeca>

Науковий керівник: Лугова М. В.

## **ІННОВАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ В ЗАКЛАДАХ HOReCa: АВТОМАТИЗАЦІЯ СЕРВІСУ В РОЗВАЖАЛЬНИХ КОМПЛЕКСАХ**

**ДИННІК Анастасія,**

*здобувачка освітнього ступеня «Бакалавр»*

*спеціальності «Готельно-ресторанна справа»,*

*Київський національний університет технологій та дизайну, м. Київ*

У сучасному світі індустрія HoReCa (готелі, ресторани, кафе) стикається з новими викликами, що вимагають підвищення рівня обслуговування та впровадження інноваційних рішень. Автоматизація сервісу в розважальних комплексах є одним із ключових напрямків, що дозволяє значно покращити якість обслуговування, оптимізувати витрати та збільшити лояльність клієнтів. У цій роботі розглядаються сучасні технології, які застосовуються у сфері HoReCa, їхній вплив на роботу розважальних закладів та перспективи подальшого розвитку.[1]

Тенденція до цифровізації торкнулася всіх сфер життя, включаючи готельно-ресторанний та розважальний бізнес. Заклади, що не впроваджують сучасні технології, поступово втрачають конкурентоспроможність. Основні проблеми, які допомагає вирішити автоматизація сервісу:

- Зниження витрат на персонал;
- Оптимізація часу обслуговування клієнтів;
- Підвищення рівня безпеки транзакцій;
- Покращення клієнтського досвіду за рахунок персоналізації послуг.

Автоматизація в розважальних комплексах включає широкий спектр технологічних рішень, які покращують взаємодію з клієнтами та оптимізують операційні процеси. Використання мобільних додатків та веб-платформ для попереднього бронювання столиків, залів та послуг. Інтеграція системи онлайн-оплати для зручності користувачів. Використання POS-систем, які дозволяють швидко обробляти замовлення та платежі. Запровадження безконтактних платіжних систем, таких як Apple Pay, Google Pay та QR-коди.

Використання роботів-офіціантів у закладах громадського харчування та розважальних центрах. Автоматизовані системи доставки їжі та напоїв без участі людини. Замінювання паперових меню цифровими екранами, що дозволяють користувачам переглядати актуальні страви, акції та новинки. Використання інтерактивних кіосків для самостійного оформлення замовлення, що знижує навантаження на персонал [4]. Програмне забезпечення для розподілу змін, обліку робочого часу та контролю ефективності співробітників. Використання аналітичних платформ для прогнозування попиту та оптимізації запасів.

*Таблиця*

**Порівняльний аналіз рівня  
автоматизації HoReCa у різних країнах**

Країна	Рівень автоматизації (%)	Основні технології
США	85%	Роботизація, AI-аналітика
Німеччина	78%	Онлайн-бронювання, цифрові меню
Китай	92%	Інтерактивні кіоски, безпілотні доставки
Україна	55%	POS-системи, CRM-рішення

Джерело: розроблено на основі [3]

Дані свідчать про те, що в Україні рівень автоматизації у сфері HoReCa все ще відстає від провідних світових ринків, що є перспективною зоною для інвестицій та розвитку.

Розважальний комплекс «Блокбастер боулінг» є одним із прикладів закладів, що впроваджують сучасні автоматизовані рішення.[2] Основні зміни, які були реалізовані:

Встановлення системи онлайн-бронювання доріжок та попереднього замовлення послуг.

Запуск мобільного додатку для взаємодії з клієнтами (бронювання, акції, система лояльності).

Використання цифрових меню на екранах у зоні відпочинку.

Впровадження безготівкових платежів та QR-кодів для швидкого розрахунку.

Запуск CRM-системи для персоналізації пропозицій клієнтам.

Автоматизація сервісу в закладах HoReCa дозволяє суттєво підвищити ефективність роботи, покращити клієнтський досвід та знизити операційні

витрати. Незважаючи на те, що рівень автоматизації в Україні поки що нижчий, ніж у передових країнах, тенденції свідчать про швидкий розвиток цього напрямку. Інвестиції у цифровізацію дозволять українським розважальним комплексам вийти на якісно новий рівень сервісу та стати конкурентоспроможними на міжнародному ринку.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Інновації у ресторанному бізнесі: впровадження технологій у HoReCa. URL: <https://surl.li/suojzu> (дата звернення: 15.02.2025).
2. Офіційний сайт «Блокбастер боулінг». URL: <http://m.bcb.kiev.ua/> (дата звернення: 15.02.2025).
3. Перспективи впровадження інтелектуальної автоматизації в ресторанний бізнес в умовах післявоєнного відновлення України // ResearchGate. URL: [https://www.researchgate.net/publication/370647634\\_PERSPEKTIVI\\_V\\_PROVADZENNA\\_INTELEKTUALNOI\\_AVTOMATIZACII\\_V\\_RESTORANNIJ\\_BIZNES\\_V\\_UMOVAN\\_PISLAVOENNOGO\\_VIDNOVLENNIA\\_UKRAINI](https://www.researchgate.net/publication/370647634_PERSPEKTIVI_V_PROVADZENNA_INTELEKTUALNOI_AVTOMATIZACII_V_RESTORANNIJ_BIZNES_V_UMOVAN_PISLAVOENNOGO_VIDNOVLENNIA_UKRAINI) (дата звернення: 15.02.2025).
4. Прилепа Н. В., Соколюк Г. О. Інноваційні технології у сфері ресторанного бізнесу // Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки. 2014. №4. Т.2. С.162-164. URL: [https://tourlib.net/statti\\_ukr/prylepa.htm](https://tourlib.net/statti_ukr/prylepa.htm) (дата звернення: 15.02.2025).

## ВПЛИВ ЯКОСТІ ОБСЛУГОВУВАННЯ НА ЛОЯЛЬНІСТЬ КЛІЄНТІВ У РЕСТОРАННОМУ БІЗНЕСІ

**ДРАГУН Ірина,**

*здобувачка освітнього ступеня «Бакалавр»  
спеціальності «Готельно-ресторанна справа»,  
Київський національний університет технологій та дизайну, м. Київ*

Працівники ресторану, а зокрема офіціанти, бармени, адміністратори, та загалом ті, хто працюють напряму зі споживачем – це обличчя закладу.

Відповідно від ставлення персоналу залежить чи сподобається гостям заклад, чи залишать вони гарний відгук та чайові, чи порекомендують цей заклад друзям, та чи врешті решт повернуться туди знову. Лояльність клієнтів, яка безпосередньо залежить від рівня обслуговування, стає вирішальною конкурентною перевагою.

Все залежить від професіоналізму персоналу, а саме їх ввічливість, уважність, компетентність, швидкість реагування на запити гостя та вмотивованість.

Проте не менш важливі аспекти це дизайн інтер'єру, чистота, запах, комфорт та музичний супровід. Загалом атмосфера закладу. Вона впливає на настрої та налаштованість гостя до того, що він захоче замовити. Все має працювати на те, щоб споживач хотів залишити гроші в закладі, та не раз повернутись туди.

Цінова політика є одним з основних факторів рішення клієнта, так як ціна повинна відповідати якості, а краще – бути нижчою ніж в конкурентів. Керівникам потрібно зробити детальний аналіз схожих закладів, постачальників, та своїх витрат перед тим, як виставляти ціни на свій асортимент. До речі асортиментом теж не варто нехтувати, бо наразі в ресторанах пропонується дуже велика кількість різних делікатесів, проте насамперед потрібно зважати на запити цільової аудиторії ресторану.

Кожна людина любить, коли до неї ставляться по-особливому, тим більше, коли це постійний клієнт. Акції, бонуси, знижки – при правильно підбраному часі (свята, “Чорна п’ятниця” і т.д.) та правильно зробленому маркетингу принесуть великий прибуток та більшу впізнаваність. А отже і більше потенційних лояльних клієнтів.

Онлайн-репутація зараз навіть важливіша ніж офлайн, тому ще якщо другу фізично можна приховати, то на рахунок першої – інтернет пам’ятає все. Потрібно відчувати тонку грань між виділитись серед інших та виставити заклад в негарному світлі. Також потрібно давати чіткі інструкції онлайн-менеджерам, які спілкуються з користувачами з робочої сторінки про те, як швидко потрібно відповідати на запити та яким чином.

Ресторанний ринок України нині не розглядається в якості ведучого на світовому рівні. Тому має сенс спиратися на досвід і напрацювання зарубіжних професіоналів. Багато трендів до нас приходять саме звідти, тому є можливість передбачити що нас очікуватиме, та прийняти відповідні міри. Звичайно враховуючи ситуацію в країні, менталітет та зовнішні чинники.

Лояльність клієнта досягається великою працею та увагою до деталей. Проте це можливо зробити, якщо на всіх рівнях налаштувати систему, яка буде задовольняти споживача і водночас не приносити збитку закладу.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Чорна М. В. Методи формування лояльності споживачів як складової бренд-менеджменту мереж підприємств ресторанного господарства. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=5522> (дата звернення: 28.02.2025).

## **ВПРОВАДЖЕННЯ SPA- I WELLNESS-ПОСЛУГ В ГОТЕЛЬНОМУ БІЗНЕСІ**

**ДРАПЕЙ Дар`я,**

*здобувачка освітнього ступеня «Бакалавр»  
спеціальності «Готельно-ресторанна справа»,  
Київський національний університет технологій та дизайну, м. Київ*

Розвиток індустрії гостинності в сучасних умовах передбачає не лише вдосконалення матеріально-технічної бази закладів, а й розширення спектру послуг, спрямованих на підвищення комфорту гостей та відповідність міжнародним стандартам. Сучасні туристи та клієнти готельно-ресторанного бізнесу очікують не тільки якісного сервісу, а й можливостей для оздоровлення, релаксації та відновлення сил під час подорожей чи відпочинку. У зв'язку з цим одним із ключових напрямків розвитку галузі є впровадження SPA- і wellness- програм, які стають невід'ємною частиною концепції преміального відпочинку. Такі послуги не лише сприяють розслабленню, а й позитивно впливають на фізичний та емоційний стан гостей, створюючи умови для відновлення енергії, зменшення стресу та покращення загального самопочуття. Інтеграція wellness- підходів у сферу гостинності дозволяє підприємствам підвищити свою конкурентоспроможність і привабливість для вимогливих клієнтів [1].

Організація SPA- і wellness-послуг у готелях передбачає комплексний підхід, що охоплює кілька ключових аспектів. Насамперед, важливу роль відіграє інфраструктура та обладнання, адже для успішного функціонування SPA-зони необхідно використовувати сучасні технології, такі як інфрачервоні сауни, кріотерапія та флотинг-камери. Високоякісне обладнання для гідротерапії, масажних процедур, ароматерапії та релаксаційних практик значно підвищує рівень послуг і приваблює клієнтів.

Не менш важливим є питання диверсифікації послуг. Готелі, що пропонують не лише класичні SPA-процедури, а й комплексні wellness-програми, включно з фітнесом, медитативними практиками та детокс-дієтами, мають вищий рівень лояльності гостей. Дослідження Wellness Trends Report [2] підкреслює, що серед найпопулярніших процедур SPA-закладів готельного типу виділяють ароматерапію, гідротерапію, масажні техніки, медитативні практики, кріотерапію та термотерапію. Сучасні SPA-програми дедалі більше орієнтуються на поєднання традиційних методик із передовими технологіями, такими як флотинг-терапія, інфрачервоні сауни, йога-ретрити та аюрведичні практики. Комплексний підхід, що інтегрує фізичну релаксацію з психологічним відновленням, сприяє гармонізації внутрішнього стану клієнтів і підвищує ефективність оздоровчих процедур.

Одним із ключових трендів є використання органічної та натуральної косметики у SPA-процедурах, що відповідає зростаючому попиту на екологічну безпеку та природний догляд за тілом. Також набувають популярності програми детоксикації, медичні wellness-процедури, зокрема

озонотерапія, натуропатія та методики відновлення після стресу. Антистресові SPA-терапії, спрямовані на подолання втоми та емоційного виснаження, стають важливим елементом комплексного підходу до здоров'я, що робить їх затребуваними серед клієнтів, які прагнуть не лише відпочинку, а й глибокого оздоровлення.

Організація SPA- і wellness-послуг у підприємствах готельного господарства може стати ключовим чинником їхньої конкурентоспроможності, оскільки відповідає сучасним запитам туристів на комплексний оздоровчий відпочинок. Комплексний підхід, що поєднує інноваційні технології, персоналізацію сервісу та якісне маркетингове просування, дозволяє не лише залучити нових клієнтів, а й підвищити рівень їхньої задоволеності, що, своєю чергою, сприяє лояльності гостей та зростанню прибутковості закладу.

Економічна ефективність впровадження wellness-послуг у готельному секторі є беззаперечною. За даними Global Wellness Institute [3], готелі зі SPA-програмами демонструють на 35% вищий рівень доходу на одного гостя. Це зумовлено стимулюванням додаткових витрат, адже гості, які обирають wellness-послуги, залишають у готелі на 20-40% більше коштів. Окрім фінансових переваг, такі готелі залучають нову категорію мандрівників, які шукають оздоровчі програми, що підвищує лояльність клієнтів. Понад 60% гостей повертаються до закладу повторно. Також wellness-програми подовжують середню тривалість перебування гостей, що збільшує RevPAR на 25-50% [3].

Отже, впровадження SPA- і wellness-послуг у готельному господарстві є стратегічно важливим напрямом, що сприяє підвищенню рівня комфорту гостей, їхньої лояльності та конкурентоспроможності закладів. Комплексний підхід до організації таких послуг охоплює використання сучасних технологій, персоналізацію сервісу та маркетингове просування, що дозволяє залучати нових клієнтів і підвищувати рівень їхньої задоволеності. Окрім покращення якості обслуговування, wellness-напрямок демонструє високу економічну ефективність. Готелі зі SPA-програмами мають вищий рівень доходу на одного гостя, що пояснюється зростанням середніх витрат клієнтів та збільшенням тривалості їхнього перебування. Зростаючий попит на оздоровчий відпочинок робить ці послуги перспективним інструментом розвитку готельного бізнесу в Україні.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Парфіненко, Т. (2023). Концепція wellness як інноваційний напрямок організації роботи готельних підприємств. Економіка та суспільство, (48). <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-48-81>
2. Wellness Trends Report 2025: How Wellness Got Smarter. URL: <https://www.forbes.com/sites/angelinavillaclarke/2025/02/04/wellness-trends-report-2025-how-wellness-got-smarter/> (дата звернення 25.02.2025).
3. Global Wellness Economy Monitor 2024. URL: <https://globalwellnessinstitute.org/industry-research/2024-global-wellness-economy-monitor/> (дата звернення 23.02.2025).

Науковий керівник: д. е. н., професор Моргулець О. Б.

## **ВПЛИВ КОРПОРАТИВНОЇ КУЛЬТУРИ НА МОТИВАЦІЮ ПЕРСОНАЛУ ГОТЕЛЮ**

**ДОНЕЦЬ Вікторія,**

*здобувачка освітнього ступеня «Бакалавр»  
спеціальності «Готельно-ресторанна справа»,  
Національний університет біоресурсів і природокористування України, м. Київ*

Корпоративна культура відіграє важливу роль у забезпеченні високої мотивації та продуктивності праці персоналу підприємства готельного бізнесу. В умовах жорсткої конкуренції та зростаючих очікувань клієнтів, готелі повинні не лише надавати якісні послуги, але й створювати унікальну атмосферу гостинності. Корпоративна культура формує стандарти поведінки співробітників, впливає на їхню залученість та задоволеність роботою, що безпосередньо відображається на рівні обслуговування гостей. Тому дослідження впливу корпоративної культури на мотивацію персоналу в готельному господарстві є надзвичайно актуальним.

Корпоративна культура готелю складається з системи цінностей, ідей та правил, які поділяються всіма співробітниками та визначають їхню поведінку. Вона проявляється у всіх аспектах надання послуг: від манери спілкування з гостями до внутрішніх комунікацій між працівниками. Основними елементами корпоративної культури є місія та цінності компанії, стиль управління, традиції та ритуали, а також система мотивації та винагород [1]. Формування корпоративної культури залежить від багатьох факторів, зокрема від лідерства керівництва, національних особливостей, специфіки ринку та стратегії розвитку підприємства. Важливе значення має також якісний підбір персоналу, який найкраще відповідати цінностям та стандартам компанії.

Особливістю корпоративної культури в готельному бізнесі є тісний зв'язок обслуговуючого персоналу з клієнтами. Готелі надають не лише послуги проживання, але й створюють емоційний досвід для гостей. Тому важливо, щоб співробітники були орієнтовані на потреби клієнта, вміли встановлювати довірливі стосунки та забезпечувати високий рівень сервісу. Найкраще це досягається через впровадження політики з якості або стандартів обслуговування, регулярне навчання персоналу та розвиток їхніх комунікативних навичок [2]. Крім того, корпоративна культура повинна сприяти створенню дружньої та підтримуючої атмосфери як для гостей, так і здорового мікроклімату для співробітників підприємства.

Сучасні підходи до покращення корпоративної культури в готельному підприємстві орієнтовані на створення комфортного та мотивуючого середовища для співробітників. Одним із ключових аспектів є впровадження програм навчання та розвитку персоналу, що дозволяє працівникам підвищувати свою кваліфікацію, розвивати нові навички, зокрема крос-культурної комунікації, та відчувати свою цінність для компанії [3]. Також важливо враховувати індивідуальні потреби співробітників при розробці систем мотивації – це можуть бути гнучкі графіки, бонуси, програми визнання

досягнень тощо. Створення сприятливих умов праці, включаючи комфортні робочі простори, сучасне обладнання та здоровий мікроклімат у колективі, сприяє зниженню рівня стресу та підвищенню продуктивності. Активне залучення співробітників до процесу прийняття рішень формує відчуття відповідальності та підсилює лояльність до компанії. Інноваційні технології, автоматизація процесів та сучасні засоби комунікації не лише оптимізують роботу, а й роблять її більш зручною та ефективною, що підвищує загальну задоволеність персоналу.

Прикладом успішної корпоративної культури є Ribas Hotels Group. У компанії велика увага приділяється формуванню молоді, амбітної та креативної команди, яка створює нову культуру туризму та дарує гостям незабутні враження. Корпоративна культура Ribas Hotels Group базується на системі цінностей, ідей та правил, що сприяють високому рівню гостинності, прагненню до розвитку та довірі між співробітниками. Керівництво компанії активно підтримує професійний розвиток працівників, впроваджує програми навчання та створює сприятливий мікроклімат у колективі [4]. Такий підхід дозволяє забезпечити високий рівень обслуговування гостей та сприяє успішному розвитку компанії на ринку готельних послуг.

Отже, корпоративна культура є фундаментом успішної діяльності готельного підприємства. Вона визначає стандарти поведінки персоналу, впливає на мотивацію та ефективність роботи, а також на рівень задоволеності гостей. Формування позитивної корпоративної культури потребує комплексного підходу, що включає розвиток системи цінностей, впровадження ефективних методів управління та створення сприятливих умов праці. Досвід компанії Ribas Hotels Group демонструє, що інвестування в розвиток корпоративної культури приносить значні переваги, підвищуючи конкурентоспроможність та привабливість готелю для клієнтів.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Крикавський Є.В., Калинець К.С. Вплив корпоративної культури на мотивацію та залученість колективу. Економіка та суспільство. 2023. Вип. 50. С. 48-53.
2. Гузар У.Є., Завидівська О.І., Кулик О.М. Особливості формування корпоративної культури підприємств готельно-ресторанного бізнесу в сучасних умовах. Східна Європа: економіка, бізнес та управління. 2020. Вип. 2 (25). С. 188-194.
3. Моргулець О.Б., Нищенко О.В., Шевченко О.О. (2023). Крос-культурні комунікації в туристичній діяльності: проблеми та шляхи вирішення. Економіка та суспільство, (57). URL: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-57-60>
4. Особливості корпоративної культури Ribas Hotels Group. Ribas Hotels Group. URL: <https://ribashotelsgroup.ua/blog/osobennosti-korporativnoy-kulyturi-ribas-hotels-group/>

Науковий керівник: д. е. н., професор Моргулець О. Б.

## ВПЛИВ CRM-СИСТЕМ НА УПРАВЛІННЯ ВЗАЄМОДІЄЮ З КЛІЄНТАМИ В РЕСТОРАННОМУ БІЗНЕСІ

**ДУДНІКОВ Ростислав,**

*здобувач освітнього ступеня «Бакалавр»  
спеціальності «Готельно-ресторанна справа»,  
Уманський національний університет садівництва, м. Умань*

Сучасний ресторанний бізнес характеризується високим рівнем конкуренції, що вимагає від закладів не лише якісного сервісу та унікальної гастрономічної пропозиції, а й ефективного управління взаємодією з клієнтами. У цьому контексті впровадження CRM-систем (Customer Relationship Management) відіграє ключову роль, забезпечуючи ресторани інструментами для збору, аналізу та використання даних про споживачів.

CRM-системи дозволяють автоматизувати процеси бронювання столиків, обліку замовлень, програм лояльності та персоналізованих маркетингових кампаній, що сприяє підвищенню рівня задоволеності клієнтів та їхньої лояльності до бренду. Вони також допомагають ресторанному бізнесу ефективніше сегментувати аудиторію, прогнозувати споживчі тенденції та приймати стратегічні рішення на основі аналізу великих масивів даних.

Актуальність дослідження зумовлена зростанням ролі цифрових технологій у сфері гостинності та необхідністю адаптації ресторанів до сучасних умов ринку. Метою статті є аналіз впливу CRM-систем на управління взаємодією з клієнтами, визначення їхніх основних переваг та викликів, а також оцінка перспектив подальшого розвитку таких технологій у ресторанному бізнесі.

CRM-системи (Customer Relationship Management) стають все більш популярними в ресторанному бізнесі, оскільки дозволяють ефективно керувати взаємодією з клієнтами, покращувати їх досвід та збільшувати лояльність. Ось основні функціональні можливості CRM-систем, які застосовуються для цих цілей: збір і аналіз даних про клієнтів, персоналізована комунікація, керування лояльністю, автоматизація процесів, аналітика та звіти, мобільні застосунки та інтеграція, підвищення якості обслуговування, гейміфікація та конкурси [1].

Однією з ключових функцій таких систем є збір і аналіз даних про клієнтів. CRM дозволяє зберігати персональну інформацію, зокрема імена, контакти, улюблені страви, алергії та важливі дати. Вона також фіксує історію замовлень, що дає змогу відстежувати переваги відвідувачів, їхню частоту відвідувань та типи послуг, які вони найчастіше використовують (доставка, самовивіз або відвідування закладу).

Персоналізована комунікація є ще одним важливим аспектом роботи CRM-систем. Завдяки аналізу поведінки клієнтів можна формувати таргетовані пропозиції, надсилати автоматичні email- чи SMS-розсилки з акціями та нагадуваннями про резервації. Окремим напрямом є привітання гостей зі святами, наприклад, на день народження чи інші особливі події. Ефективне

управління лояльністю клієнтів також стає простішим завдяки CRM-системам, адже вони дозволяють впроваджувати програми бонусів, визначати VIP-клієнтів і пропонувати їм спеціальні привілеї. Крім того, клієнти можуть залишати відгуки та проходити опитування, що допомагає ресторанам удосконалювати свій сервіс [2].

Автоматизація процесів є ще однією перевагою таких систем. CRM інтегрується з модулями для бронювання столиків, що значно спрощує управління резерваціями для персоналу. Вона також дозволяє організувати систему трекінгу замовлень, надсилати автоматичні сповіщення клієнтам про готовність їхньої їжі та ефективно управляти чергами в ресторанах швидкого обслуговування. Аналітичні можливості CRM-систем дають змогу оцінювати продажі, визначати найпопулярніші страви, аналізувати клієнтську базу та прогнозувати навантаженість ресторану у певний період [3].

Сучасні CRM-системи часто пропонують мобільні додатки, що спрощує процес замовлення їжі, перегляду меню та отримання спеціальних пропозицій. Крім того, інтеграція з соціальними мережами допомагає автоматично поширювати контент, залучати нових клієнтів через рекламні кампанії та підтримувати активну взаємодію з аудиторією. Поліпшення якості обслуговування стає можливим завдяки нагадуванням про вподобання клієнтів, що допомагає персоналу надавати індивідуалізований сервіс. Якщо гість залишає негативний відгук, система може автоматично сповіщати менеджера для оперативного реагування [4].

Окрему роль у CRM-системах відіграють елементи гейміфікації. Клієнти можуть отримувати бали за активність, наприклад, за написання відгуків або регулярні замовлення, що мотивує їх частіше відвідувати заклад. Додатково можуть проводитися конкурси, наприклад, визначення «Найактивнішого клієнта місяця», що ще більше стимулює взаємодію з брендом. Таким чином, CRM-системи є потужним інструментом для ресторанного бізнесу, який не лише покращує комунікацію з клієнтами, але й сприяє зростанню прибутковості та конкурентоспроможності закладів.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Нещадим, Л., & Тимчук, С. (2022). Автоматизація бізнес-процесів підприємств індустрії гостинності як чинник підвищення економічної ефективності. Економіка та суспільство, (36). <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/1166>
2. Ahmed Al-Musharaf, Mohammed Al-Dhaheeb (2020) The role of crm systems in enhancing customer relationship management in the restaurant industry. Journal of hospitality and tourism technology. <https://doi.org/10.1108/JHTT-09-2019-0143>
3. Янчук, Т., & Боєнко, О. (2023). Впровадження crm-систем як засіб підвищення ефективності маркетингової діяльності. Економіка та суспільство, (48). <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-48-89>

4. Siew Meng Leong, Chai Wah Wu (2021) Customer relationship management in restaurants: a study of key drivers and outcomes. *Tourism Management Perspectives*. <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2021.100837>

Науковий керівник: к. е. н., доцент Тимчук С. В.

## СУЧАСНІ УПРАВЛІНСЬКІ ТЕХНОЛОГІЇ ТА ЇХ ЗАСТОСУВАННЯ В ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОМУ БІЗНЕСІ

**ЗАГРАНИЧНИЙ Олександр,**

*здобувач освітнього ступеня «Бакалавр»*

*спеціальності «Готельно-ресторанна справа»,*

*Київський національний університет технологій та дизайну, м. Київ*

Готельно-ресторанний бізнес є однією з найбільш конкурентних сфер, де ефективно управління є запорукою успіху. В умовах цифровізації, глобалізації та економічних викликів підприємства гостинності змушені впроваджувати сучасні управлінські технології, що сприяють оптимізації бізнес-процесів, підвищенню якості обслуговування та зниженню витрат.

Серед ключових управлінських технологій, які активно використовуються в готельно-ресторанній сфері, особливе значення мають цифрові системи управління, автоматизація операційних процесів, використання штучного інтелекту та big data-аналітика.

Автоматизація операційних процесів є важливим напрямом удосконалення управління. Готелі та ресторани впроваджують CRM-системи (Customer Relationship Management), які дозволяють персоналізувати послуги, аналізувати вподобання клієнтів та підвищувати рівень задоволеності гостей. Наприклад, платформи типу *Opera PMS* та *Cloudbeds* допомагають автоматизувати бронювання, керування номерами та комунікацію з клієнтами.

У сфері ресторанного бізнесу активно використовуються POS-системи (Point of Sale), що дозволяють ефективно контролювати замовлення, вести облік товарів та аналізувати продажі. Такі рішення, як *Poster POS* та *R-Keeper*, забезпечують швидкість обслуговування та мінімізують помилки персоналу.

Штучний інтелект (AI) та big data-аналітика відіграють ключову роль у стратегічному управлінні. Аналіз великих масивів даних допомагає прогнозувати попит, коригувати ціноутворення та підвищувати ефективність маркетингових кампаній. AI-алгоритми, інтегровані у системи бронювання та лояльності, дозволяють готелям адаптувати пропозиції відповідно до вподобань гостей. Наприклад, *Revenue Management Systems* аналізують сезонні коливання попиту та автоматично змінюють ціни для максимізації прибутку.

Гнучкі технології управління персоналом також є важливим аспектом розвитку готельно-ресторанного бізнесу. Впровадження мобільних HR-

платформ, таких як *BambooHR* та *Workday*, допомагає керувати графіками змін, автоматизувати процес найму та оцінювати ефективність працівників.

Таким чином, сучасні управлінські технології значно підвищують конкурентоспроможність готельно-ресторанного бізнесу. Автоматизація, штучний інтелект, аналіз даних та цифрові HR-системи дозволяють покращити якість обслуговування, оптимізувати витрати та ефективніше управляти персоналом, що є критично важливим для розвитку галузі в умовах сучасного ринку.

### СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Максименко О. Р., Красножон С. В. Інноваційні технології у туристичному та готельно-ресторанному бізнесі //Збірник наукових праць ХКТЕІ. 2020. Т. 16. С. 252-261.
2. Колісниченко, Т., Сердюк, М., Опанащук, Ю., Кюрчева, Л. Кемпінг на деревах у стилі глемпінг–новий тренд у сфері гостинності. Інновації та технології в сфері послуг і харчування. 2024. №. 4 (14). С. 47-51.

## СУТНІСТЬ ТА РОЛЬ ПРОФЕСІЙНОЇ ЕТИКИ І КУЛЬТУРИ СПІЛКУВАННЯ У ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ ГОТЕЛЬНОГО ГОСПОДАРСТВА

**ЗАРОВНА Карина,**

*здобувачка освітнього ступеня «Бакалавр»  
спеціальності «Готельно-ресторанна справа»,*

*Національного університету біоресурсів і природокористування України, м. Київ*

Сфера готельного бізнесу є однією з найдинамічніших та конкурентних галузей економіки. Високий рівень обслуговування та задоволення потреб гостей безпосередньо залежить від професійної етики та культури спілкування персоналу. Гостинність відіграє ключову роль у визначенні якості обслуговування, яке пропонують готелі, оскільки саме вона створює комфортні умови для гостей і впливає на їхній загальний досвід перебування. Важливим аспектом цього процесу є рівень комунікації між персоналом і відвідувачами, адже ефективна, ввічлива та професійна взаємодія не лише формує позитивний імідж закладу, а й сприяє зміцненню його репутації. Крім того, високий рівень гостинності та якісне обслуговування підвищують ймовірність того, що клієнти повернуться до цього готелю знову та порекомендують його іншим, що, своєю чергою, сприяє стабільному розвитку та популярності закладу.

Професійна етика в готельній сфері визначає моральні принципи, якими керуються працівники у своїй діяльності. Вона включає чесність, відповідальність, повагу до гостей і колег, справедливість та дотримання

корпоративних стандартів. Основними принципами професійної етики у готельному бізнесі є:

- чесність і прозорість – персонал повинен бути щирим у спілкуванні з гостями, уникати введення їх в оману;
- конфіденційність – захист особистих даних і приватної інформації гостей є ключовим етичним стандартом;
- відповідальність – персонал повинен нести відповідальність за свої дії, дотримуватися внутрішніх правил і стандартів обслуговування;
- повага до гостей і колег – толерантність та коректне ставлення до людей різних культур, національностей і соціальних верств є обов'язковими умовами роботи у сфері гостинності.

Порушення професійної етики може призвести до зниження рівня довіри гостей, негативних відгуків та погіршення репутації закладу. Натомість дотримання етичних норм сприяє підвищенню конкурентоспроможності підприємства та формуванню позитивного іміджу.

Культура спілкування – це сукупність мовних та немовних засобів взаємодії, що визначають рівень комунікативної компетентності працівників готелю. Вона включає:

- вербальну комунікацію – правильне використання мовних засобів, інтонації, тональності та чіткість висловлювань;
- невербальну комунікацію – жести, міміку, зоровий контакт, поставу, що впливають на сприйняття інформації гостями;
- емоційний інтелект – здатність персоналу розуміти та враховувати емоційний стан гостей, проявляти емпатію та вирішувати конфліктні ситуації.

Правильна комунікація сприяє створенню комфортної атмосфери у готелі, підвищенню лояльності гостей та їхньому бажанню повернутися до закладу. Важливим аспектом є також володіння іноземними мовами, що дозволяє персоналу ефективно взаємодіяти з іноземними гостями та задовольняти їхні потреби.

Керівники готелів відіграють важливу роль у підтримці етичних норм та культури комунікації. Вони повинні забезпечувати працівникам відповідне навчання, мотивувати їх до якісної взаємодії з гостями та колегами, а також впроваджувати корпоративні цінності, що базуються на високих стандартах сервісу. Крім того, сучасні технології дозволяють керівництву готелів відстежувати рівень комунікативної культури персоналу за допомогою відгуків гостей, опитувань та системи внутрішнього контролю якості.

Отже, у готельному бізнесі професійна етика та культура спілкування є важливими складовими успішної діяльності підприємств готельного господарства, і керівництво повинно приділяти значну увагу навчальним заходам для персоналу, що у свою чергу буде сприяти підвищенню якості обслуговування; створенню позитивного іміджу закладу; формуванню довіри та лояльності гостей; покращенню внутрішнього корпоративного клімату.

Керівництво готелів має приділяти значну увагу підготовці персоналу, розвивати стандарти професійної етики та удосконалювати систему комунікації. Це дозволить забезпечити високу конкурентоспроможність готельного підприємства та підвищити рівень задоволеності гостей.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Головка, О. В. (2022). Професійна етика у сфері готельного бізнесу: сучасні виклики та перспективи розвитку. URL: <https://hotel-management.com.ua/ethics>
2. Савченко, І. М. (2021). Етичні принципи роботи персоналу готелю. URL: <https://hospitality-standards.com/ethics-hotels>
3. Ковальчук, Л. П. (2023). Культура комунікації в готельно-ресторанному бізнесі. URL: <https://hospitality-service.com/communication>
4. Мельник, Т. В. (2020). Управління персоналом у готельному бізнесі: роль етики та комунікації. URL: <https://hotel-management.com.ua/staff-ethics>

Науковий керівник: к. е. н., доцент Гопкало Л. М.

## ІННОВАЦІЙНІ ПІДХОДИ ДО СТВОРЕННЯ ХОСТЕЛІВ: КОНЦЕПЦІЯ, ФУНКЦІОНАЛЬНІСТЬ, КОМФОРТ

**ЗАРУЧІНСЬКИЙ Дмитро,**

*здобувач освітнього ступеня «Бакалавр»*

*спеціальності «Готельно-ресторанна справа»,*

*Національний університет біоресурсів і природокористування України, м. Київ*

Хостел як тип тимчасового проживання набуває все більшої популярності через свою доступність, функціональність та зручність. В умовах розвитку туристичної інфраструктури та зростання мобільності населення, створення хостелу на 100 місць є актуальним проектом, який може задовольнити потреби різних категорій клієнтів: студентів, туристів, бізнес-мандрівників тощо. Розвиток туристичної індустрії та збільшення попиту на доступне житло для подорожуючих сприяє зростанню популярності хостелів. Хостел є економічно вигідним варіантом тимчасового проживання, що поєднує комфортні умови та низьку вартість перебування. Метою даної роботи є концептуальне обґрунтування створення хостелу на 100 місць, визначення основних характеристик та економічної доцільності проекту. Хостел – це бюджетний варіант тимчасового проживання, що орієнтований на туристів, студентів та інших осіб, які шукають економічне житло з базовими зручностями.

Концептуальне обґрунтування хостелу на 100 місць є важливим етапом у процесі проектування та реалізації успішного готельного закладу. Цей документ визначає основні аспекти, які впливають на функціонування хостелу, його привабливість для гостей та економічну ефективність. Згідно з дослідженнями, попит на бюджетне житло в Україні зростає, особливо в великих містах та туристичних центрах. Хостели є оптимальним рішенням для тих, хто шукає недороге проживання без втрати комфорту. Зокрема, хостел на 100 місць може стати привабливим для групових заїздів, таких як студентські групи, спортивні команди чи туристичні групи.

Першочергово необхідно визначити місію хостелу, яка відображає його основну ідею та цінності. Це може бути надання доступного та комфортного проживання для молодих мандрівників, створення дружньої атмосфери для культурного обміну або пропозиція унікального досвіду проживання в історичному центрі міста. Концепція хостелу повинна відповідати його місії та враховувати потреби цільової аудиторії.

Розташування хостелу є ключовим фактором його успіху. Близькість до основних туристичних об'єктів, зручний доступ до громадського транспорту та наявність інфраструктури (кафе, магазини, розважальні заклади) підвищують привабливість закладу для гостей. Крім того, варто враховувати безпеку району та його екологічний стан.

Інтер'єр хостелу повинен відповідати його концепції та створювати приємну атмосферу для гостей. Використання яскравих кольорів, сучасних матеріалів, елементів місцевої культури та мистецтва може підкреслити унікальність закладу. Важливо забезпечити зручність та функціональність меблів, достатнє освітлення та акустичний комфорт.

Сучасний хостел повинен бути обладнаний необхідними технологічними системами:

- Інженерні мережі: водопостачання, каналізація, опалення, вентиляція, електропостачання.
- Інтернет та зв'язок: безкоштовний Wi-Fi у всіх зонах, можливість користування комп'ютерами або робочими місцями.
- Безпека: системи відеоспостереження, контроль доступу, пожежна сигналізація, сейфи для зберігання цінних речей гостей.

Проектування хостелу на 100 місць вимагає ретельного планування внутрішнього простору для забезпечення комфорту гостей та ефективного використання площі. Основні зони хостелу включають:

- Житлові приміщення: номери різної місткості (від одномісних до багатомісних), обладнані необхідними меблями та зручностями.
- Санітарні вузли: достатня кількість ванних кімнат та туалетів на кожному поверсі з урахуванням гендерних особливостей.
- Загальні зони: вітальня, кухня для самостійного приготування їжі, їдальня, зона відпочинку та спілкування.
- Адміністративні приміщення: ресепшн, офісні приміщення для персоналу, складські приміщення.

Врахування всіх зазначених аспектів при розробці концептуального обґрунтування хостелу на 100 місць дозволить створити конкурентоспроможний та привабливий заклад, який задовольнить потреби гостей та забезпечить стабільний дохід власникам.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Закон України "Про туризм" Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/324/95-%D0%B2%D1%80>.
2. Глухов В. В. Організація готельного бізнесу: навчальний посібник / В. В. Глухов. Київ: Центр учбової літератури, 2019. 312 с.
3. Офіційний сайт Державного агентства розвитку туризму України [Електронний ресурс]. Режим доступу: <https://www.tourism.gov.ua/>.
4. Статистичні дані щодо туристичного потоку в Україні. Державна служба статистики України. [Електронний ресурс]. Режим доступу: <https://www.ukrstat.gov.ua/>.

Науковий керівник: д. т. н., професор Сердюк М. Є.

## СОЦІАЛЬНІ МЕДІА В РЕКЛАМІ ТА БРЕНДУВАННІ ПІДПРИЄМСТВА РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА «ФАМІЛІЯ»

**ІЩУК Ілля,**

*здобувач освітнього ступеня «Бакалавр»*

*спеціальності «Готельно-ресторанна справа»,*

*Національний університет біоресурсів і природокористування України, м. Київ*

Соціальні медіа стали незамінним інструментом у просуванні реклами закладів ресторанного бізнесу. Їх використання дозволяє взаємодіяти з клієнтами, формувати імідж бренду, рекламувати нові страви, залучати відвідувачів та отримувати відгуки. Ресторан "Фамілія", що розташований у Житомирі на вулиці Велика Бердичівська, 10, має великі можливості для використання соціальних медіа як основного каналу комунікації з аудиторією.

Перш за все, важливо правильно обрати соціальні платформи, які підходять для ресторанного бізнесу. Найефективнішими для ресторану "Фамілія" є Instagram, Facebook, TikTok, Google My Business та Telegram. Кожна з цих платформ виконує свою функцію у брендуванні та рекламі закладу, а їхнє комплексне використання дозволяє досягти максимального ефекту.

Instagram є однією з основних платформ для просування ресторану, оскільки має візуальну спрямованість. Саме тут потенційні відвідувачі можуть переглянути якісні фотографії страв, дізнатися про атмосферу закладу та отримати інформацію про спеціальні пропозиції. Основний контент у

Instagram включає професійні фото страв, відео з процесу їх приготування, огляди інтер'єру, відгуки клієнтів, інформацію про акції та події. Важливо використовувати популярні хештеги, геотеги та активну взаємодію з підписниками.

В Instagram велике значення мають функції Stories та Reels. У Stories можна публікувати анонси страв дня, знижки, відео з кухні або запитання-відповіді для підписників. Reels допомагають швидко набирати популярність завдяки алгоритмам платформи, які просувають короткі відео з цікавим контентом. Наприклад, ресторан може публікувати ролики про процес приготування страв, історії про походження традиційних українських рецептів, реакції відвідувачів на незвичні поєднання смаків.

Facebook є платформою для детальнішої взаємодії з аудиторією. Тут можна публікувати довші пости з історією створення ресторану, розповідати про команду закладу, писати про інгредієнти, які використовуються у стравах. У Facebook важливо підтримувати активну взаємодію з клієнтами: відповідати на коментарі, реагувати на запитання, стимулювати користувачів залишати відгуки.

Важливим елементом просування є таргетована реклама у Facebook та Instagram. Вона дозволяє налаштувати показ реклами для цільової аудиторії – мешканців Житомира, туристів, людей, які цікавляться українською кухнею та гастрономією. Оголошення можуть містити привабливі зображення страв, спеціальні пропозиції або запрошення до ресторану.

Google My Business є важливим інструментом для залучення нових клієнтів, особливо туристів. Якщо користувач шукає ресторан у Житомирі, він найімовірніше використовуватиме Google Maps або Google Search. Наявність ресторану "Фамілія" у цьому сервісі забезпечує його помітність. Важливо регулярно оновлювати інформацію – додавати нові фотографії, меню, графік роботи, акції. Також важливо відповідати на відгуки клієнтів, оскільки це формує довіру.

Telegram є ще одним ефективним каналом комунікації. Створення власного каналу або групи дозволяє безпосередньо інформувати клієнтів про новини, акції, спеціальні пропозиції. Також можна використовувати чат-боти для бронювання столиків або замовлення доставки.

Контент у соціальних мережах має бути різноманітним. Крім фотографій страв, важливо публікувати історії створення ресторану, знайомити гостей із командою, розповідати про традиційні рецепти, показувати закулісся кухні. Взаємодія з аудиторією через конкурси, опитування, прямі ефіри сприяє зростанню лояльності до бренду.

Важливим елементом стратегії просування є робота з блогерами та лідерами думок. Запрошення популярних фуд-блогерів для тестування меню, організація гастрономічних вечорів або спеціальних заходів із дегустаціями дозволяє привернути увагу до ресторану. Партнерство з місцевими впливовими людьми, які діляться враженнями про заклад у своїх соціальних мережах, підвищує довіру до бренду.

Щоб оцінити ефективність використання соціальних медіа, необхідно регулярно аналізувати статистику: охоплення публікацій, рівень залученості аудиторії, кількість бронювань через соціальні мережі, відгуки клієнтів. Використання інструментів аналітики, таких як Facebook Insights, Instagram Analytics та Google Analytics, дозволяє відстежувати ефективність кампаній і коригувати стратегію.

Крім того, соціальні медіа допомагають ресторану "Фамілія" формувати впізнаваний бренд. Важливо розробити унікальний стиль візуального оформлення публікацій, використовувати фірмові кольори, створити впізнаваний логотип. Соціальні медіа є потужним інструментом реклами та брендування ресторану "Фамілія". Вони дозволяють залучати нових клієнтів, підтримувати зв'язок із постійними відвідувачами, формувати позитивний імідж закладу та збільшувати впізнаваність бренду. Грамотне використання Instagram, Facebook, Google My Business та Telegram, активна взаємодія з аудиторією, якісний контент та аналітика ефективності дозволяють ресторану "Фамілія" бути конкурентоспроможним і розвиватися у сучасному ринку ресторанного бізнесу.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Інстаграм сторінка ресторану "Фамілія". URL: <https://www.instagram.com/familyazt/>
2. Сайт ресторану "Фамілія". URL: <https://gastrorestofamilia.choiceqr.com/>

Науковий керівник: к. е. н., доцент Стретович О. А.

## СУЧАСНІ ПІДХОДИ ДО ОРГАНІЗАЦІЇ НОМЕРІВ У ПІДПРИЄМСТВІ ГОТЕЛЬНОГО ГОСПОДАРСТВА

**КЛЕПАЧ Наталія,**

*здобувачка освітнього ступеня «Бакалавр»,  
спеціальності «Готельно-ресторанна справа»,  
Національний університет біоресурсів і природокористування України, м. Київ*

Організація житлової групи приміщень у готелі є ключовим аспектом його функціонування. Вона впливає на комфорт гостей, операційну ефективність та конкурентоспроможність підприємства. Сучасні тенденції в дизайні та управлінні житловими приміщеннями спрямовані на підвищення рівня комфорту, застосування новітніх технологій та екологічну ефективність.

До житлової групи належать такі приміщення як коридори, холи, вітальні, номери всіх типів і категорій, приміщення для обслуговування на поверсі, приміщення для обслуговуючого персоналу. Група житлових приміщень розташовується одна над одною у багатоповерхових будівлях або в

окремо збудованих корпусах, у невеликих котеджах (будинках) на два-три або декілька номерів. Основу приміщень житлової групи становлять номери, з якими безпосередньо пов'язані допоміжні і службові приміщення. номери поділяють на такі типи: одномісні, двомісні, тримісні, багатомісні. Залежно від рівня комфортності і ступеня оснащення обладнанням, номери поділяють на такі категорії: "президентський апартамент", номер "бізнес-класу", номер "економ-клас", люкс, "напівлюкс", дубль (студіо), "комплекс", однокімнатний.

Сучасний ринок нерухомості та інтер'єрного дизайну перебуває під впливом новітніх технологій, підвищених вимог до комфорту та зростаючої уваги до екологічної ефективності. Розвиток цих напрямів зумовлений як очікуваннями споживачів, так і глобальними викликами, пов'язаними зі змінами клімату, урбанізацією та цифровізацією:

1. Інтелектуальні системи управління житлом. Однією з ключових тенденцій є інтеграція розумних технологій (smart home), які забезпечують автоматизацію процесів управління житловими приміщеннями. Системи «розумного дому» дозволяють дистанційно контролювати освітлення, опалення, кондиціонування повітря, безпеку та інші аспекти функціонування оселі. Такі рішення підвищують енергоефективність житла, знижуючи витрати на комунальні послуги та покращуючи якість життя мешканців.

2. Екологічна відповідальність та енергоефективність. Сучасне житло проектується з урахуванням принципів сталого розвитку. Використання екологічно чистих та енергоефективних матеріалів, систем рекуперації тепла, сонячних панелей і теплових насосів сприяє зменшенню негативного впливу на довкілля. Також зростає популярність концепції пасивного будинку, який мінімізує енергоспоживання завдяки ефективній теплоізоляції та використанню відновлюваних джерел енергії.

3. Гнучкість простору та функціональність. Зміни у способі життя сприяли популяризації багатофункціональних рішень в інтер'єрі. Концепція відкритого простору, мобільні перегородки, трансформовані меблі та модульні конструкції дозволяють ефективно використовувати житлову площу відповідно до потреб мешканців. Цей підхід особливо актуальний для міських квартир, де важливо максимально раціонально використовувати кожен квадратний метр.

4. Натуральні матеріали та біофільний дизайн. Сучасний інтер'єр орієнтується на створення гармонійного простору, що позитивно впливає на самопочуття людини. Натуральні матеріали (дерево, камінь, скло, метал), природні кольорові гами та жива зелень сприяють психологічному комфорту. Біофільний дизайн, що передбачає інтеграцію природних елементів у житловий простір, набуває все більшої популярності.

5. Цифрові технології в управлінні житлом. Окрім розумних систем керування, цифрові платформи дозволяють власникам ефективніше управляти нерухомістю. Мобільні додатки для бронювання послуг, онлайн-контроль за витратами, автоматизоване управління орендою та прогнозування споживання ресурсів значно спрощують експлуатацію житла та підвищують його ринкову привабливість.

Однією з головних тенденцій є впровадження концепції “розумного номера”. Завдяки технологіям IoT (Інтернет речей) гості можуть керувати освітленням, клімат-контролем та безпекою за допомогою мобільних додатків або голосових команд. Це підвищує персоналізацію послуг та задовольняє вимоги сучасних гостей.

Важливу роль відіграє також ергономічне зонування житлового простору. Готельні номери проектуються з урахуванням потреб різних категорій гостей: від одномісних номерів для бізнес-гостей до апартаментів для сімейного відпочинку. Оптимізація планування дозволяє створити функціональні простори з високим рівнем зручності. Окрім цього, зростає популярність екологічних підходів в організації житлової групи приміщень. Використання енергозберігаючих матеріалів, встановлення систем рекуперації повітря та автономного освітлення допомагає зменшити витрати на утримання та позитивно впливає на імідж готелю.

Інновації в готельному секторі також стосуються безпечного доступу до номерів. Впровадження технологій розпізнавання обличчя (Face ID) або систем безконтактного доступу через мобільні пристрої покращує безпеку та зручність для гостей.

Тенденції у сфері дизайну та управління житловими приміщеннями спрямовані на забезпечення комфорту, енергоефективності та технологічності. Сучасні рішення дозволяють не лише оптимізувати витрати на утримання житла, але й сприяють екологічній відповідальності та покращенню якості життя. Подальший розвиток цієї галузі залежатиме від впровадження інноваційних матеріалів, інтелектуальних систем та адаптації житлового простору до потреб майбутніх поколінь.

Таким чином, ефективна організація житлової групи приміщень у готелі сприяє створенню комфортного середовища для гостей, оптимізації операційних процесів та підвищенню рівня конкурентоспроможності підприємства. Подальші дослідження у цій сфері спрямовані на розробку нових концепцій управління житловими приміщеннями з використанням цифрових технологій та принципів сталого розвитку.

### СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Odnolko, V. (2022). Теоретичні основи сервісу на підприємстві готельно-ресторанної справи. *Розвиток методів управління та господарювання на транспорті*, 4(81), 112-122. <https://doi.org/10.31375/2226-1915-2022-4-112-122>
2. Кіш Г.В. Інноваційні технології в діяльності готельно-ресторанних підприємств. Актуальні питання у сучасній науці. 2023. № 6(12). С. 65-77.
3. Влащенко Н. М. Екологічні технології в готельному господарстві. Економічні аспекти сталого розвитку. 2022. С. 112-125.

Науковий керівник: к. т. н., доцент Гопкало Л. М.

# ВПРОВАДЖЕННЯ СУЧАСНИХ ІНФОРМАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ У ПІДПРИЄМСТВІ ГОТЕЛЬНОГО ГОСПОДАРСТВА НА ПРИКЛАДІ «MIRRORS DESIGN HOTEL»

**КОБИЛИНСЬКА Тетяна,**

*здобувачка освітнього ступеня «Бакалавр»*

*спеціальності «Готельно-ресторанна справа»,*

*Національний університет біоресурсів і природокористування України, м. Київ*

Інтенсифікація технологічних процесів у сфері гостинності спричиняє докорінну трансформацію методів функціонування готельних господарств. Готельний бізнес потребує постійного оновлення та адаптації до швидкозмінного цифрового середовища в умовах динамічної конкуренції. Впровадження діджитал-інструментів у діяльність підприємств готельного господарства стає критичним чинником підвищення ефективності операційної діяльності та конкурентоспроможності на глобальному ринку послуг гостинності [1].

Аналіз науково-методологічних праць М. М. Скопеня, А. С. Татаринцева, Б. В. Дмитришина та зарубіжних дослідників Д. Бухаліса, У. Гретцеля, М. Фукса демонструє, що сучасний рівень застосування інформаційних технологій у вітчизняних підприємствах готельного бізнесу не відповідає стандартам провідних світових представників галузі. Дослідження свідчать про недостатній рівень інтеграції українських готелів у глобальний інформаційний простір, що зумовлює потребу в активізації процесів впровадження інноваційних технологічних рішень [2].

Сучасні інформаційні технології в готельному господарстві ґрунтуються на професійному використанні інформаційних ресурсів з метою оптимізації управлінських процесів та мінімізації операційних ризиків. Відповідно до функціонального призначення доцільно виокремити три основні типи інформаційно-управлінських технологій:

- регресивні (зберігаючі) – спрямовані на економію ресурсів без зміни функціонування підприємства;
- оптимізаційні (раціоналізуючі) – орієнтовані на максимально ефективне використання інформації;
- трансформаційні (творчі) – забезпечують генерацію нових знань для вдосконалення управлінських процесів [3].

Дослідження об'єкта практичного аналізу – готелю "Mirrors Design Hotel", дизайнерського 4-зіркового закладу в центрі Києва, створеного у 2012 році – виявило потребу у комплексній модернізації інформаційно-технологічної інфраструктури. Аналіз функціонування готелю свідчить про проблемні аспекти в системі бронювання та реєстрації гостей: лише 72% гостей висловлюють задоволеність існуючими процесами, 5% бронювань втрачається через технічні неполадки, а середній час реєстрації гостя становить 20 хвилин. Виявлено недостатню ефективність аналітичних систем,

високі витрати на підтримку IT-інфраструктури (близько 335 000 грн/рік) та відсутність інтегрованої системи управління взаємовідносинами з клієнтами [4].

На основі проведеного аналізу визначено ключові напрями трансформації технологічної інфраструктури готелю "Mirrors Design Hotel":

1. Впровадження хмарної системи управління SiteMinder PMS, що забезпечить автоматизацію бронювання, реєстрації гостей та управління номерним фондом. Функціонал даної системи дозволить оптимізувати процеси управління готелем, забезпечить мобільний доступ до даних та підвищить швидкість обслуговування.

2. Інтеграція системи управління каналами дистрибуції DHISCO Guesty для розширення присутності готелю в онлайн-середовищі, оптимізації взаємодії з туристичними агенціями та метапошуковими системами. Система забезпечить функціонал динамічного ціноутворення та аналітики ефективності різних каналів продажу.

3. Впровадження Adobe Experience Manager для створення персоналізованого контенту, оптимізації веб-сайту готелю та підтримки єдиного брендового стилю у всіх цифрових матеріалах.

4. Розробка та імплементація інтелектуальних чат-ботів на основі IBM Watson Assistant, що дозволить автоматизувати процеси інформаційної підтримки гостей, персоналізувати комунікацію та зменшити навантаження на персонал.

5. Модернізація ресторанного обслуговування шляхом інтеграції системи Lightspeed Restaurant для оптимізації управління замовленнями, контролю запасів та аналітики діяльності закладу.

При цьому період окупності запропонованих інвестицій у технологічну інфраструктуру оцінюється в межах 12-36 місяців залежно від типу системи..

Комплекс заходів з оптимізації використання інформаційних технологій у готелі "Mirrors Design Hotel" має включати регулярне оновлення програмного забезпечення, створення резервних копій інформації, навчання персоналу та впровадження систем інформаційної безпеки з використанням шифрування та двофакторної аутентифікації [4].

Таким чином, системна інтеграція сучасних інформаційних технологій у функціонування готелю "Mirrors Design Hotel" забезпечить підвищення якості обслуговування гостей, оптимізацію внутрішніх процесів та формування стійких конкурентних переваг у динамічному середовищі готельного бізнесу.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Джинджоян В. В. Сучасні інноваційні технології в менеджменті туризму та гостинності. Ефективна економіка. 2021. Вип. 6. URL: [http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/6\\_2021/7.pdf](http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/6_2021/7.pdf)
2. Ліпінська К. Діджиталізація роботи закладів ресторанного господарства. Управління розвитком сфери гостинності : регіональний аспект : матеріали Міжнародної науково-практичної онлайн-конференції, м. Чернівці, 5 травня 2022 р. Чернівці : Технодрук, 2022. С. 69–72.

3. Підгірна В. Н., Ємчук Т. В. Перспективи розвитку ринку туристичних послуг України в умовах трансформаційних змін. Інфраструктура ринку. Одеса, 2020. № 49. С. 46–50. DOI: <https://doi.org/10.32843/infrastruct49-9>.
4. MIRRORS DESIGN HOTEL : офіційний сайт готелю. URL: <https://11mirrors-hotel.com/>

Науковий керівник: к. е. н., доцент Гопкало Л. М.

## **ФОРМУВАННЯ ДОВІРИ ТА ЛОЯЛЬНОСТІ КЛІЄНТІВ У РЕСТОРАННОМУ БІЗНЕСІ**

**КОВАЛЬЧУК Владислав,**

*здобувач освітнього ступеня «Бакалавр»  
спеціальності «Готельно-ресторанна справа»,  
Київський національний університет технологій та дизайну, м. Київ*

Формування довіри та лояльності клієнтів у ресторанному бізнесі є ключовим фактором успіху, оскільки повторні візити та позитивні рекомендації безпосередньо впливають на прибутковість закладу. В умовах високої конкуренції та змінних споживчих вподобань ресторани мають не лише забезпечувати якісні продукти та сервіс, а й створювати емоційний зв'язок із гостями. Дослідження показують, що залучення нового клієнта коштує у п'ять разів більше, ніж утримання постійного, що підкреслює важливість розвитку програм лояльності та стратегій довіри.

Довіра клієнтів формується на основі кількох важливих чинників. Один із головних – це якість продукції та сервісу, оскільки відвідувачі очікують стабільного рівня обслуговування та відповідності страв заявленим стандартам. Високий рівень кухні та професійне ставлення персоналу безпосередньо впливають на задоволеність клієнтів і їхню готовність повертатися до закладу. Не менш важливою є прозорість бізнесу, яка включає відкритість у комунікації, чесне ціноутворення, надання інформації про склад страв та походження продуктів. Ресторани, які впроваджують політику відкритої кухні або демонструють сертифікати якості продукції, викликають більше довіри у споживачів.[2]

Сучасні споживачі активно використовують онлайн-ресурси для прийняття рішень про відвідування ресторанів. Близько 75% гостей довіряють онлайн-відгукам так само, як і особистим рекомендаціям. Тому позитивна репутація на платформах, таких як Google Reviews, TripAdvisor, Instagram та Facebook, є критично важливою. Ресторани, які активно працюють із відгуками, швидко реагують на зауваження та взаємодіють із клієнтами в соціальних мережах, формують довгострокові відносини зі своєю аудиторією.

Одним із найефективніших інструментів утримання клієнтів є програми лояльності, які стимулюють повторні візити та підвищують середній чек. Найпоширенішими є накопичувальні системи бонусів, знижки для постійних клієнтів та ексклюзивні пропозиції. Наприклад, накопичувальні бонуси дозволяють клієнтам отримувати бали за кожне замовлення, які можна обміняти на знижки або подарунки. Таку програму використовує Starbucks Rewards, де клієнти накопичують зірки за покупки та отримують безкоштовні напої. Дисконтні картки для постійних гостей забезпечують фіксовані знижки, як, наприклад, у мережі Variano. Ексклюзивні підписки, що передбачають спеціальні пропозиції для членів програми, є ще одним ефективним механізмом. Наприклад, Panera Bread пропонує підписку на безлімітні кавові напої.

Використання цифрових технологій значно підсилює довіру клієнтів та сприяє їхній лояльності. Інноваційні CRM-системи, мобільні додатки, автоматизовані системи бронювання та чат-боти допомагають персоналізувати обслуговування та підвищити рівень комфорту для клієнтів. Соціальні мережі також відіграють важливу роль у формуванні довіри, оскільки ресторани можуть комунікувати з аудиторією, ділитися реальними відгуками та демонструвати процес приготування страв [3].

Персоналізація обслуговування також є важливим фактором підвищення лояльності. Використання CRM-систем дозволяє збирати інформацію про вподобання клієнтів і пропонувати їм персональні знижки чи улюблені страви. Наприклад, мережа ресторанів Darden Restaurants використовує аналітику для прогнозування індивідуальних уподобань клієнтів та створення персоналізованих пропозицій.

Згідно з дослідженнями, 80% споживачів перед відвідуванням ресторану переглядають його сторінки у соціальних мережах та на платформах для відгуків. Крім того, 60% клієнтів обирають ресторан за рекомендаціями в Instagram та Facebook, що підкреслює важливість активної присутності закладу у цифровому просторі. Також близько 75% споживачів довіряють онлайн-відгукам так само, як і особистим рекомендаціям. Це означає, що ресторани, які активно відповідають на коментарі, оперативно реагують на скарги та публікують позитивні відгуки клієнтів, підвищують свою репутацію та довіру споживачів.

*Таблиця*

### **Вплив соціальних мереж на вибір ресторану та довіру клієнтів**

Фактор впливу	Відсоток споживачів
Перегляд сторінок ресторану в соцмережах перед відвідуванням	80%
Вибір ресторану за рекомендаціями в Instagram та Facebook	60%
Довіра до онлайн-відгуків як до особистих рекомендацій	75%

Джерело: [1]

Формування довіри та лояльності клієнтів у ресторанному бізнесі базується на якості сервісу, прозорості, ефективних програмах лояльності та використанні цифрових технологій. Соціальні медіа, персоналізація обслуговування та інтерактивні програми залучення клієнтів сприяють підвищенню їхньої довіри та стимулюють повторні візити. Використання сучасних маркетингових підходів дозволяє ресторанам не лише залучати нових клієнтів, а й зберігати постійних, що є ключовим фактором їхнього успіху.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Чорна М. В. Методи формування лояльності споживачів як складової бренд-менеджменту мереж підприємств ресторанного господарства // *Економічний науковий журнал*. 2024. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=5522> (дата звернення: 01.03.2025).
2. Присакар І. І. Гейміфікація: ефективна технологія впливу на лояльність споживачів ресторанних послуг // *Економіка та суспільство*. 2024. № 4. URL: [https://economyandsociety.in.ua/journals/4\\_ukr/28.pdf](https://economyandsociety.in.ua/journals/4_ukr/28.pdf) (дата звернення: 01.03.2025).
3. Гросул В. А., Каленік К. В. Лояльність споживачів як основний критерій формування конкурентних переваг підприємств ресторанного господарства // *Економіка та суспільство*. 2024. № 15. URL: [https://economyandsociety.in.ua/journals/15\\_ukr/42.pdf](https://economyandsociety.in.ua/journals/15_ukr/42.pdf) (дата звернення: 01.03.2025).

## ОРГАНІЗАЦІЯ РОБОТИ КАВ'ЯРНІ

**КОЗАЧЕНКО Марина,**

*здобувачка освітнього ступеня «Бакалавр»  
спеціальності «Готельно-ресторанна справа»,  
Національний університет біоресурсів і природокористування України,  
м. Київ*

Організація роботи кав'ярні є складним і багатограним процесом, що потребує чіткої системи, злагодженої команди та ефективного управління ресурсами. Сучасна успішна кав'ярня визначається не лише якістю напоїв і страв, але й комфортом для клієнтів, приємною атмосферою та високим рівнем професіоналізму персоналу. Кожен із цих чинників відіграє ключову роль у створенні позитивного досвіду для гостей.

Першорядне значення в організації кав'ярні має розробка меню. Воно має відповідати перевагам цільової аудиторії й охоплювати широкий асортимент кавових напоїв, десертів та легких закусок.[1] Включення сезонних інгредієнтів дозволяє регулярно оновлювати меню та пропонувати

спеціальні пропозиції. Грамотно складене меню сприяє залученню нових відвідувачів і забезпечує постійний потік клієнтів.

Не менш важливим є питання управління запасами. Для стабільної роботи необхідно своєчасно поповнювати запаси кавових зерен, молока та інших базових продуктів, уникати перебоїв у їхньому постачанні та постійно контролювати свіжість інгредієнтів. Це допомагає підтримувати високу якість напоїв і страв, що є основою довіри клієнтів.

Велике значення має вибір обладнання для кав'ярні. Від професійних кавомашин до якісних блендерів і систем охолодження – усе обладнання повинно відповідати сучасним стандартам. Високотехнологічні пристрої не лише поліпшують смакові характеристики продукції, але й оптимізують роботу персоналу, що є важливою перевагою в умовах конкуренції.

Персонал відіграє визначальну роль у роботі закладу. Організація його діяльності включає чіткий розподіл обов'язків, навчання новим технікам і постійний розвиток навичок.[2] Хороший бариста – це не тільки майстер своєї справи, а й людина, яка вміє знайти спільну мову з гостями. Важливо також піклуватися про командний дух і створення комфортної робочої атмосфери, адже це безпосередньо впливає на продуктивність колективу.

Розташування кав'ярні є ще одним важливим фактором її успіху. Місце має бути доступним і зручним: поруч із бізнес-центрами, університетами або популярними туристичними локаціями. Наявність тераси чи можливість замовлення напоїв на виніс також стане суттєвою перевагою для залучення ширшої аудиторії.

Ефективна маркетингова стратегія займає важливе місце в просуванні кав'ярні. Регулярна активність у соціальних мережах, програми лояльності для постійних клієнтів і оригінальні акційні пропозиції стануть дієвими інструментами для привернення уваги нової аудиторії та підтримки інтересу існуючих гостей.

Зрештою, організація роботи кав'ярні – складна система, що охоплює як внутрішні, так і зовнішні аспекти функціонування закладу. Якісний сервіс, смачні напої, зручне розташування, передбачливий підхід до управління та продуманий маркетинг є фундаментом успішного бізнесу і формування лояльної клієнтської бази.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Кав'ярня як різновид спеціалізованих закладів ресторанного господарства – Український журнал прикладної економіки та техніки. Український журнал прикладної економіки та техніки. URL: <http://ujae.org.ua/kav-yarnya-yak-riznovyd-spetsializovanyh-zakladiv-restorannogo-gospodarstva/>(дата звернення: 28.02.2025).
2. Кав'ярня як бізнес. Відкрити кав'ярню з нуля – UNITED KYIV ROASTERS. URL: <https://ukr.coffee/>(дата звернення: 28.02.2025).

Науковий керівник: к. т. н., доцент Неїленко С. М.

## **ЕКОЛОГІЧНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ ТА ЇЇ ЗНАЧЕННЯ В ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОМУ БІЗНЕСІ**

**КОРОБЕЙНІКОВА Катерина,**

*здобувачка освітнього ступеня «Бакалавр»*

*спеціальності «Готельно-ресторанна справа»,*

*Національний університет біоресурсів і природокористування України, м. Київ*

Сучасні екологічні проблеми, що виникли внаслідок експлуатаційного ставлення людства до природи, стрімкого розвитку технологій, індустріалізації та зростання населення, ставлять під загрозу майбутнє планети. Масштаби використання природних ресурсів нині такі великі, що постає питання про їх доступність для майбутніх поколінь. Глобальні екологічні виклики змушують різні галузі економіки переглядати свої підходи до ведення бізнесу [1]. Готельно-ресторанна індустрія, яка інтенсивно споживає енергію, воду та створює значні обсяги відходів, не є винятком. У світі, де споживачі все більше орієнтуються на екологічно відповідальні бренди, питання сталого розвитку та екологічної відповідальності стає важливим фактором конкурентоспроможності.

Екологічна відповідальність у готельно-ресторанному бізнесі полягає у впровадженні заходів, спрямованих на мінімізацію негативного впливу на навколишнє середовище. Такі заходи включають енергоефективність, раціональне використання водних ресурсів, управління відходами, зменшення використання пластику та впровадження екологічних стандартів. Підприємства, які серйозно ставляться до екології, прагнуть інтегрувати сталий розвиток у всі аспекти своєї діяльності [2].

Одним із ключових аспектів екологічної відповідальності є енергоефективність. Використання енергозберігаючих технологій, систем автоматизованого управління освітленням та кліматом дозволяє значно скоротити витрати енергії. Наприклад, впровадження LED-освітлення та енергозберігаючих систем вентиляції допомагає знизити споживання електроенергії без втрати комфорту для гостей. Управління водними ресурсами також є важливою складовою екологічної відповідальності. Встановлення економічних кранів, душових систем з низьким споживанням води та впровадження системи повторного використання води дозволяють суттєво зменшити витрати. Готелі можуть також впроваджувати програми для гостей із закликом зменшити використання рушників та постільної білизни для скорочення споживання води та миючих засобів.

Не менш важливим напрямком екологічної відповідальності є ефективне управління відходами, яке набуває особливого значення в готельно-ресторанному бізнесі через великі обсяги сміття, що утворюються щодня. Роздільний збір сміття дозволяє переробляти матеріали, такі як пластик, скло, метал і папір, зменшуючи навантаження на сміттєзвалища. Компостування органічних відходів, зокрема харчових решток, сприяє створенню екологічно чистого добрива, що може бути використане для озеленення територій готелів чи місцевих парків. Зменшення використання одноразових пластикових

виробів, таких як трубочки, пакети або столові прибори, допомагає уникнути забруднення довкілля мікропластиком. Багато готелів і ресторанів впроваджують політику «нульових відходів» та прагнуть мінімізувати обсяг сміття, що потрапляє на звалища, шляхом повторного використання матеріалів, вторинної переробки та екологічно безпечної утилізації.

Екологічна сертифікація, така як Green Key або ISO 14001 дає можливість підвищити екологічну відповідальність закладів гостинності. Такі сертифікати підтверджують дотримання високих екологічних стандартів та демонструють споживачам серйозність підходу компанії до захисту довкілля [3]. Також свідомо екологічна діяльність вимагає від закладів активної просвітницької роботи з персоналом і клієнтами. Навчання співробітників екологічним стандартам, мотивація їх до участі в екологічних програмах та інформування гостей про екологічні ініціативи підприємства допомагають створити культуру відповідального споживання.

Екологічна відповідальність має також економічний вимір і впливає на конкурентоспроможність підприємства особливо на міжнародному ринку. Хоча впровадження екологічних програм часто потребує початкових інвестицій, згодом це дозволяє підприємствам економити ресурси, зменшувати витрати та підвищувати прибутковість. Крім того, екологічна відповідальність стає важливою складовою репутації бізнесу, сприяючи залученню нових клієнтів та партнерів [4].

Отже, екологічна відповідальність у готельно-ресторанному бізнесі є важливим чинником сталого розвитку та конкурентоспроможності. Впровадження екологічних практик дозволяє підприємствам зменшити свій негативний вплив на навколишнє середовище, покращити імідж, знизити витрати та залучити свідомих споживачів. У сучасних умовах екологічна відповідальність стає не лише моральним обов'язком, а й вигідною стратегією для бізнесу, що прагне досягти успіху на ринку.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Тітомир Л.А., Коротич О.М. Екологізація готелів як напрям розвитку готельно-ресторанного бізнесу. *Економіка харчової промисловості*. 2021. Том 13, Вип. 3. 88-93.
2. Моргулець О.Б., Медведь І.О. Сталий розвиток готельно-ресторанного бізнесу України через призму війни. V Міжнародна науково-практична інтернет-конференція «Імперативи економічного зростання в контексті реалізації глобальних цілей сталого розвитку», 23 квітня 2024 року, м. Київ, КНУТД, 2024
3. Каленська, В. П., & Любченко, В. В. Зелений готельний бізнес: екологічна відповідальність. *Індустрія туризму і гостинності в Центральній та Східній Європі*. 2023. №9. 30-37.
4. Терещук, Н. В., Транченко, Л. В., Транченко, О. М., & Шашеро, А. М. Екологізація готельно-ресторанного бізнесу. *Вісник Одеського національного університету. Географічні та геологічні науки*. 2023. 28(1(42)). 105–114.

Науковий керівник д. е. н., професор Моргулець О. Б.

## ПОЄДНАННЯ ТРАДИЦІЙ ТА ІННОВАЦІЙ ЯК ФОРМУЛА УСПІХУ РЕСТОРАНУ «GUY SAVOY»

**КОСТЮК Дарина,**

*здобувачка освітнього ступеня «Бакалавр»  
спеціальності «Готельно-ресторанна справа»,  
Національний університет біоресурсів і природокористування України, м. Київ*

У ресторанному бізнесі важливо не лише забезпечувати якість страв, а й створювати для гостей особливу атмосферу, яка змушує їх повертатися. Секрет успіху ресторану «Guy Savoy» у поєднанні традицій із новими підходами до подачі страв, обслуговування та організації роботи закладу. Без постійного розвитку та уваги до деталей власнику ресторану Гі Савою складно було б залишатися конкурентоспроможним так довго. Цей ресторан один з найкращих прикладів того, як можна дотримуватися класичних гастрономічних традицій і водночас знаходити нові способи приваблення гостей. Його досвід може бути корисним для українських ресторанів, які прагнуть покращити сервіс і створити унікальний стиль.

Ресторан «Guy Savoy» був відкритий у 1980 році та швидко здобув визнання за свою відданість класичній французькій кухні. В середині 90-х Гі Савою фактично відродив напівзабуті традиції паризьких бістро, осучаснив і актуалізувавши рецептуру і асортимент пропонованих в них страв. Стандартний фастфуд став з його допомогою більш здоровим, корисним і, що дуже важливо, привабливим для молоді. У 2002 році заклад отримав третю зірку Michelin, яку утримував до 2023 року, сьогодні ресторан має дві зірки [1].

Особливостями ресторану «Guy Savoy», які забезпечують йому тривалу конкурентоспроможність на ринку є:

### 1. Дотримання гастрономічних національних традицій.

Кухня закладу заснована на класичних французьких традиціях, де збереження автентичних смаків є головним пріоритетом. Ресторан вирізняється використанням сезонних і локальних продуктів, що гарантує свіжість та високу якість страв. Шеф-кухарі ретельно відбирають інгредієнти, щоб створювати гармонійні та вишукані поєднання. Окрему увагу приділено естетичній подачі – кожна страва є витвором мистецтва, де кожна деталь відіграє важливу роль. Саме поєднання смаку, текстури та візуальної елегантності робить ресторан місцем, де гастрономія перетворюється на справжнє мистецтво.

### 2. Високий рівень обслуговування.

Ресторан відзначається високим рівнем обслуговування, завдяки чому кожен гість відчувається особливим. Персонал забезпечує індивідуальний підхід, уважно ставлячись до побажань відвідувачів та створюючи максимально комфортні умови. Офіціанти добре обізнані про меню й можуть надати детальні рекомендації щодо вибору страв та напоїв, зважаючи на гастрономічні вподобання гостей. Атмосфера закладу поєднує вишуканість і

затишок, сприяючи приємному відпочинку. Кожна деталь, від обслуговування до оформлення інтер'єру, продумана таким чином, щоб зробити візит до ресторану незабутнім досвідом.

### 3. Інноваційний підхід до меню.

Ресторан «Guy Savoy» вирізняється інноваційним підходом до меню, поєднуючи класичні традиції французької гастрономії з сучасними кулінарними техніками. Однією з головних особливостей є регулярне оновлення страв. Однак у ресторані «Guy Savoy» цей процес виходить за межі простої зміни інгредієнтів – він є джерелом нових авторських страв, що розробляються шеф-кухарем, враховуючи сучасні кулінарні тенденції та інноваційні техніки [2]. Кожен сезон приносить не лише нові смаки, а й нові концепції подачі та приготування.

У меню ресторану вдало поєднуються традиційні рецепти з новаторськими методами приготування. Наприклад, технології молекулярної гастрономії дозволяють змінювати текстуру інгредієнтів, розкриваючи їхні смакові особливості у новому світлі. Крім того, ресторан пропонує дегустаційні сети, що дозволяють гостям спробувати різноманітні страви та відчути унікальний стиль кухні. Серед інших інновацій – інтерактивні гастрономічні враження, де гості можуть спостерігати за процесом приготування страв, а також авторські напої, створені сомельє спеціально для ідеального поєднання зі стравами.

Успіх закладу залежить не лише від якості страв, але й від загального враження, яке отримує гість, адже саме воно формує бажання повернутися. Атмосфера, рівень сервісу, естетика подачі страв та увага до деталей створюють унікальний досвід. Гармонійне поєднання цих елементів перетворює звичайний обід або вечерю на незабутню гастрономічну подорож.

Таким чином, ресторан «Guy Savoy» впевнено демонструє поєднання відданості традиціям із готовністю до впровадження нових ідей, що є ключем до довготривалого успіху. Українські ресторани можуть взяти на озброєння позитивну практику «Guy Savoy», зосереджуючись на високій якості обслуговування, увазі до деталей та постійному розвитку за для створення унікального досвіду для своїх гостей.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Guy Savoy. URL: <https://www.guysavoy.com/en> (дата звернення 27.02.2025).
2. Gastronomy Guy Savoy. URL: <https://www.comitecolbert.com/en/members/guy-savoy/> (дата звернення 27.02.2025).

Науковий керівник: д. е. н., професор Моргулець О. Б.

## **КОНЦЕПТУАЛЬНЕ ОБҐРУНТУВАННЯ БАЗИ ВІДПОЧИНКУ З КЛУБНОЮ ЗОНОЮ ДЛЯ ПРИЙМАННЯ ІНОЗЕМНИХ ТУРИСТІВ**

**КОСТЮК Максим,**

*здобувач освітнього ступеня «Бакалавр»  
спеціальності «Готельно-ресторанна справа»,  
Національний університет біоресурсів і природокористування України, м. Київ*

Розвиток індустрії туризму, яка безпосередньо впливає на формування інфраструктури готельного бізнесу, нині стикається з проблемами підвищення ефективності управління, прибутковості бізнесу та конкурентоспроможності даного виду послуг на національному та міжнародному ринках. Також несприятливою є загально політична та економічна ситуація в цілому. Конкуренція в сфері готельного бізнесу, що загострюється, викликала безліч явищ і процесів, пов'язаних з обслуговуванням споживачів. При цьому маловивченими залишаються питання якості та конкурентоспроможності послуг, що надаються закладами розміщення, вирішення яких залежить від ефективності управління підприємствами даного виду бізнесу. Проте, український ринок, особливо поблизу великих міст, може залишатися конкурентоспроможним через надання послуг у сфері луху, котрі у всьому світі передбачають проживання у засобах розміщення з п'ятьма зірками та більше, з набором додаткових послуг [1]. На цьому фоні створення засобів розміщення високого класу територіально може орієнтуватися на великі населені пункти, з доступною інфраструктурою. З огляду на заходи безпеки, а також зважаючи на близькість західних регіонів України до Європи, можна розглядати саме Ужгород та його околиці як територію для планування і розміщення подібного закладу. Тим самим ми створюємо можливість відвідування засобу розміщення також іноземними туристами.

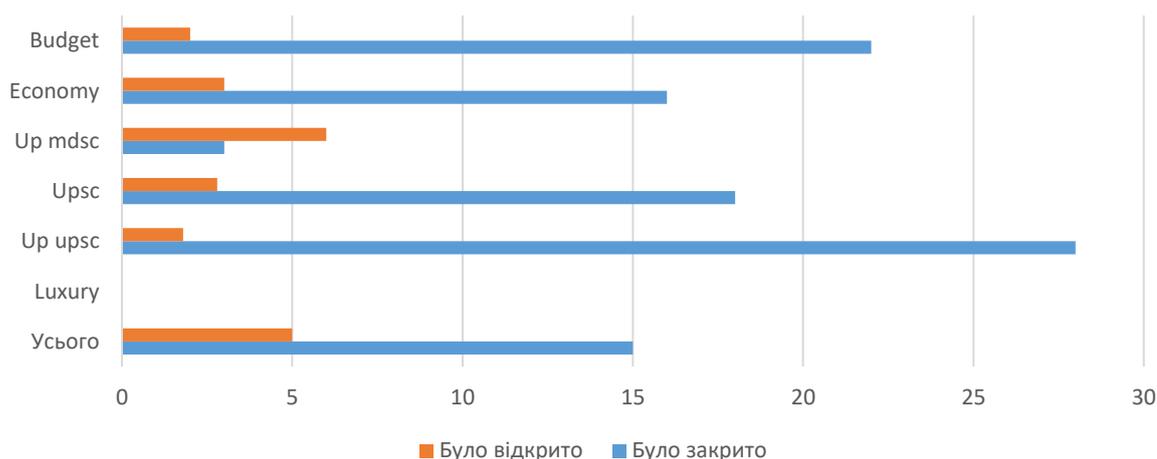
Планування та створення луху-закладу клубного типу у такому високонкурентному регіоні як Західна Україна та власне м. Ужгород з його близькістю до європейських курортів, вимагає підвищеної уваги як до планувальних заходів, так і до фінансової їх реалізації. Дослідження реального стану організаційно-економічного механізму управління розвитком підприємств готельного господарства такого класу, орієнтованого в тому числі на приймання іноземних відвідувачів, показало, що серед важливих питань, які стоять перед керівництвом цих підприємств, першочерговим має бути наближення рівня їх завантаження та прибутковості.

Сьогодні можна констатувати, що інфраструктура закладів розміщення в Україні не відповідає міжнародним нормам проживання та відпочинку: недостатня кількість готельних підприємств високої категорії, матеріально-технічна база їх застаріла та потребує модернізації, застарілі засоби зв'язку та інформаційних комунікацій, відсутні ефективні та надійні системи захисту, які є передумовою високого рівня якості послуги, особливо у теперішній час.

Орієнтуючись на виїзний туризм, Україна протягом тривало часу своєї незалежності не вкладалась у великі інфраструктурні проекти типу luxury, експлуатуючи отримані у спадок будівлі. Тому створення подібного об'єкту вимагатиме залучення до туристичного бізнесу інвесторів, можливо іноземних.

В Україні дуже мало готелів, які мають 5 зірок, хоча попит на них залишається. Оскільки ми плануємо виходити на дуже конкурентний ринок, відповідно наша база відпочинку повинна відповідати високим світовим стандартам. Luxury-готелі наразі, переважно, розташовані в найбільших містах країни, наприклад, у Києві, Одесі, Львові, Дніпропетровську та інших, але і в цих містах відчувається брак номерного фонду. На перспективу, запропонована для побудови база відпочинку буде поєднувати у собі висококласне обслуговування для вітчизняних та іноземних відвідувачів із активним нічним життям (в межах комендантської години) на території нічного клубу. Назва «LIFE & NIGHT» свідчитиме про дотримання провідної концепції бази відпочинку.

В контексті перспектив розвитку та виходу із подібною пропозицією на ринок, проаналізуємо сучасний стан із готельною справою у найбільших містах України. За останні 2 роки в Києві, Львові, Одесі закрилося 18 готелів із загальним номерним фондом в 1163 одиниці. Серед них такі готелі, як «Рів'єра», «Діарсо», «Славутич», «Дюбек», «Пролісок» та ін., котрі пропонували також відпочинок luxury. Їх положення за основними сегментами ринку (рисунок) демонструє катастрофічне скорочення як бюджетного сегменту, що пов'язують із загальною тенденцією кризових явищ в соціально-економічному розвитку країни, так і преміального, що відкриває можливості для виходу нових, більш конкурентних гравців на ринок [2].



Динаміка скорочення кількості засобів розміщення, 2021-2023 рр.  
(складено автором)

За період не відкрилося жодного нового Luxury-готелю чи бази відпочинку. Розвиток анонсованих раніше нових проектів в переважній

більшості або скасовано, або перенесено на термін понад 5 років. Підсумкова середня завантаженість готелів склала близько 40% [2]. З них в готелях верхнього цінового сегменту показник завантаженості просідав найбільше і за результатами склав близько 30%. Відповідний показник у готелях середнього цінового сегменту та нижче перебував у межах 35-40%. Таким чином, ринок потребує оновлення, що буде пропонувати новий інфраструктурний проєкт.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Грушевський О. Що означають зірки в готелях та на що вони впливають. URL: <https://www.online.ua/guide/shcho-oznachayut-zirki-v-gotelyah-ta-na-shcho-voni-vplivayut-835961>
2. Туризм в Україні: виклики та відновлення: Зб. матеріалів Міжнародного туристичного форуму, КНЕУ імені Вадима Гетьмана, м. Київ, 21–22 березня 2023 року. 337 с.

Науковий керівник: д. т. н., професор Сердюк М. Є.

## НОВІТНЄ УСТАТКУВАННЯ БАРБЕРШОПІВ

**КОСТЮК Марія,**

*здобувачка освітнього ступеня «Бакалавр»  
спеціальності «Готельно-ресторанна справа»,  
Національний університет біоресурсів і природокористування України, м. Київ*

Сучасний барбершоп – це не просто місце для стрижки, а простір, де поєднуються стиль, комфорт і технології. Завдяки новітньому устаткуванню майстри можуть забезпечити найвищу якість обслуговування, підвищити швидкість роботи та покращити гігієну. Розглянемо сучасні технології, які змінюють барберинг [1].

Щоб барбершоп працював ефективно, він має бути оснащений сучасним обладнанням[2, 3]:

*професійні машинки для стрижки* – бездротові моделі з потужними акумуляторами, системою низького нагріву лез і цифровими налаштуваннями довжини;

*тримери та шейвери* – спеціальні пристрої для створення ідеальних ліній бороди та волосся, з різними насадками;

*барбер-крісла* – ергономічні моделі з електронним регулюванням висоти та нахилу, що забезпечують максимальний комфорт для клієнта та майстра;

*мийки з підігрівом води* – забезпечують зручність для клієнта, зменшуючи дискомфорт під час миття голови.

Останніми роками з'явилося багато новітніх рішень, які підвищують якість послуг у барбершопах:

*автоматичні вакуумні системи* – дозволяють швидко прибирати волосся після стрижки;

електричні бритви з адаптивною системою – підлаштовуються під тип шкіри клієнта для ідеального гоління;

*системи освітлення з регулюванням кольору* – дають можливість майстру краще бачити деталі стрижки.

Гігієна – один із головних факторів успішного барбершопу. Сучасні заклади використовують:

*УФ-стерилізатори* – для знезараження інструментів;

*автоматизовані антисептичні дозатори* – для дезінфекції рук майстра та клієнта;

*фільтри очищення повітря* – усувають запахи, бактерії та віруси, покращуючи загальний мікроклімат.

Автоматизація процесів допомагає покращити взаємодію з клієнтами та оптимізувати роботу барбершопу:

*CRM-системи для управління записами* – дозволяють клієнтам записуватися онлайн та отримувати нагадування;

*мобільні додатки для персоналізації послуг* – дають змогу клієнтам вибирати майстра, переглядати історію своїх стрижок та отримувати рекомендації;

*касові системи з безконтактною оплатою* – полегшують фінансові операції та пришвидшують обслуговування;

*автоматизована система розсилки повідомлень* – дають змогу автоматизувати процес інформування клієнтів про візит.

Барбершопи все частіше впроваджують екологічні технології:

*біорозкладні матеріали для інструментів* – дерев'яні гребінці, багаторазові серветки, екологічні упаковки для засобів догляду;

*системи економії води та енергії* – безконтактні змішувачі, LED-освітлення, використання екологічних мийних засобів;

*еко-косметика* – натуральні засоби без шкідливих хімікатів.

Отже, сучасні технології та новітнє устаткування роблять барбершопи не лише комфортними, а й більш функціональними, безпечними та екологічними. Використання інновацій допомагає майстрам працювати якісніше, а клієнтам – отримувати найкращий сервіс. З розвитком технологій індустрія барберінгу продовжуватиме вдосконалюватися, відкриваючи нові можливості для професіоналів та їхніх клієнтів.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Тенденції барбершопів в Європі і США [https://barberkreslo.com.ua/ru/index.php?route=extension/d\\_blog\\_module/post&post\\_id=34](https://barberkreslo.com.ua/ru/index.php?route=extension/d_blog_module/post&post_id=34)

2. Інновації у ресторанному бізнесі: Тренди що змінюють правила гри <https://business-broker.com.ua/blog/innovatsii-u-restorannomu-biznesi-trendy-shcho-zminiuiut-pravyla-hry/>
3. Що таке барбершоп: історія, переваги, пропоновані послуги <https://braun-shop.com.ua/blog/chto-takoe-barbershop/>

Науковий керівник: д. т. н., професор Бандура В. М.

## **КОНЦЕПТУАЛЬНЕ ОБГРУНТУВАННЯ АПАРТАМЕНТ-ГОТЕЛЮ**

**КРАВЧЕНКО Вероніка,**

*здобувачка освітнього ступеня «Бакалавр»*

*спеціальності «Готельно-ресторанна справа»,*

*Національний університет біоресурсів і природокористування України, м. Київ*

Концептуальне рішення готелю – це початковий етап проектування, на якому встановлюються функціональні характеристики об'єкта, визначаються його місія, цілі та напрямки господарської діяльності, що слугують фундаментом для подальшої розробки та успішної реалізації проекту [1].

Мета господарської діяльності готелю полягає в тому, щоб запропонувати українським та іноземним туристам високоякісний сервіс у сфері гостинності [2]. Ми прагнемо стати прикладом еталонного готельного сервісу в регіоні, відповідно до світових стандартів, і створити місце, куди гості забажають повертатися знову і знову.

Готель розташований у тихому, проте стратегічно важливому місці Київського району Одеси, що дозволяє легко дістатися до центральних частин міста, морського узбережжя та головних визначних пам'яток. Віддаленість від шуму центральних вулиць робить комплекс ідеальним місцем для тих, хто шукає спокій та релакс. Крім того, близькість до транспортних шляхів забезпечує зручний доступ для гостей, які подорожують як на автомобілі, так і іншими видами транспорту.

Отже, розташування в тихому але стратегічно важливому місці надає готелю унікальний колорит і дозволяє гостям поринути в атмосферу справжньої Одеси. Розвинена інфраструктура міста забезпечує зручний доступ до транспортних розв'язок, торгових центрів, ресторанів та інших об'єктів інфраструктури. Сприятливі кліматичні умови: дозволяють гостям насолоджуватися відпочинком протягом більшої частини року. Апартамент-готель-ресторанний комплекс «Royal Brise» має всі шанси стати одним з найпопулярніших місць для відпочинку в Одесі.

Вибір назви для будь-якого закладу - це не просто звукова комбінація, а інструмент, який формує перше враження у клієнта. «Royal Brise» - це поєднання класичної елегантності і сучасних технологій. Будівля комплексу виконана в стилі сучасної європейської архітектури з акцентами на деталях, що підкреслюють королівську розкіш.

Концептуальні засади діяльності готелю «Royal Brise» ґрунтуються на поєднанні класичної елегантності та сучасних технологій, що відповідає високим стандартам готельного бізнесу та відображає специфіку міста Одеси. Основні принципи концепції готелю можна визначити так:

Королівська розкіш і сучасний комфорт: «Royal Brise» пропонує високий рівень сервісу, що відповідає стандартам люксових готелів. Оформлення в класичному стилі з елементами королівської розкоші (використання дорогих матеріалів, витончена архітектура) поєднується з новітніми технологіями, що робить готель зручним як для туристів, так і для бізнес-подорожуючих. Це перегукується з історичною спадщиною Одеси як міста, що завжди було місцем розкоші й культури, де перетиналися інтереси європейських еліт.

Сучасна архітектура та європейський стиль: Будівля готелю виконана в стилі сучасної європейської архітектури, яка є трендом у новітньому будівництві Одеси. Вона інтегрується в сучасний вигляд міста, що активно розвивається, але зберігає зв'язок з його багатою історією та архітектурною спадщиною, де класика і модерн гармонійно співіснують.

Технологічні рішення для комфорту: Готель впроваджує новітні технології для забезпечення максимально комфортного перебування гостей: «розумні» номери, автоматизація обслуговування, екологічно чисті рішення в енергоспоживанні та системах кондиціонування [3]. Це дозволяє забезпечити відповідність міжнародним стандартам та потребам сучасних мандрівників.

Місцевий колорит і культурна інтеграція: Одеса має багату історію, пов'язану з мореплаванням, торгівлею та культурним розвитком, і готель «Royal Brise» прагне відобразити це у своїй діяльності. Ресторани готелю можуть пропонувати як класичні європейські страви, так і страви з одеськими морепродуктами. Крім того, планування культурних заходів і виставок, співпраця з місцевими митцями підсилює інтеграцію готелю з місцевою культурою.

Орієнтація на різні категорії гостей: Готель буде привабливим як для бізнесменів (через наявність конференц-залів і бізнес-зручностей), так і для сімейних пар, молоді та туристів, які шукають розкішного відпочинку з елементами сучасних технологій. Таким чином, «Royal Brise» поєднує різні аспекти, які роблять Одесу популярним туристичним і діловим центром.

Пляжний відпочинок і оздоровчі послуги: Київський район, де планується розташування готелю, відомий своїми пляжами та рекреаційними зонами. Готель має інтегрувати послуги wellness та SPA, що дозволить повною мірою використовувати потенціал району і відповідати високим очікуванням туристів, які приїжджають для пляжного відпочинку.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Проектування готелів: навч. посіб. / за ред. А. А. Мазаракі. Київ: Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2012, 340 с.

2. Мальська, М. П. Готельний бізнес: теорія та практика : навчальний посібник / М. П. Мальська, І. Г. Пандяк. Київ: Центр учбової літератури, 2009, 472 с.
3. Бойко, М. Г. Організація готельного господарства : підручник / М. Г. Бойко, Л. М. Гопкало. Київ: Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2006, 448 с.

Науковий керівник: д. т. н., професор Бандура В. М.

## **ТИПИ, МЕТОДИ ТА ФОРМИ ОРГАНІЗАЦІЇ ВИРОБНИЦТВА РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА**

**КРАВЧЕНКО Тетяна,**

*здобувачка освітнього ступеня «Бакалавр»*

*спеціальності «Готельно-ресторанна справа»,*

*Національний університет біоресурсів і природокористування України, м. Київ*

Сфера ресторанного бізнесу включає різноманітні заклади та широкий спектр споживачів, що створює значну конкурентну боротьбу. Успіх у цій галузі значною мірою залежить від грамотно організованого виробничого процесу, тому особливо важливо приділяти увагу аналізу його типів, методів та форм. Ресторанний бізнес займає важливе місце в індустрії гостинності, що робить дослідження тенденцій його розвитку в сучасних умовах України надзвичайно актуальним. Це обумовлено високим рівнем ризикованості цього виду діяльності, поєднаним із його соціально-орієнтованою природою, спрямованою на задоволення потреб населення у якісному харчуванні, відпочинку та організації дозвілля [1, с. 282].

Однією з ключових основ діяльності ресторанного бізнесу, як і будь-якої іншої підприємницької сфери, є забезпечення максимальних результатів при мінімальному використанні матеріальних та трудових ресурсів [2, с. 6].

Ресторанне господарство охоплює такі типи закладів: ресторан, бар, кафе, кафетерій, їдальня, закусочна, буфет, фабрика-заготівельна, фабрика-кухня, домашня кухня та ресторан з обслуговуванням за спеціальними замовленнями (кейтеринг) [3]. Під час проведення сніданків, обідів чи вечерів можуть застосовуватися різні формати обслуговування, зокрема: а-ля карт, а парт, табльдот, шведський стіл або буфет.

Основні принципи організації виробничих процесів у закладах ресторанного господарства включають такі основоположні підходи: принцип спеціалізації передбачає звуження різноманітності компонентів виробничого процесу. Це досягається зменшенням асортименту продукції, яка виготовляється на окремих ділянках підприємства, а також обмеженням різновидів виробничих операцій на конкретних робочих місцях. Такий підхід сприяє підвищенню ефективності виконання завдань і оптимізації використання ресурсів.

Принцип пропорційності базується на необхідності гармонійного узгодження пропускнуої спроможності всіх елементів виробничого процесу. Йдеться про координацію роботи всіх взаємопов'язаних підрозділів і технічного обладнання для забезпечення максимального використання потенціалу системи. Принцип паралельності полягає в одночасному виконанні різних етапів і операцій. Ступінь реалізації цього принципу визначається коефіцієнтом паралельності. Такий підхід дає змогу скоротити загальний час виготовлення продукту та підвищити продуктивність [4].

Форми організації виробництва в закладах ресторанного господарства визначають структуру роботи та впливають на якість страв і швидкість обслуговування клієнтів. Серед основних виділяють потокову, індивідуальну та комбіновану форми. Потокова орієнтована на масове виробництво страв і зазвичай використовується у великих закладах. Індивідуальна форма притаманна ресторанам преміум-класу, де страви готуються виключно на замовлення. Комбінована форма поєднує переваги обох методів, забезпечуючи гнучкість і ефективність у процесі виробництва [5].

Сучасне ресторанне господарство постійно розвивається та впроваджує нові технології, що сприяють підвищенню якості обслуговування, оптимізації процесів та зменшенню витрат. Інноваційні підходи охоплюють автоматизацію виробничих процесів, використання передових кулінарних технологій та екологічно орієнтовані рішення., наприклад:

*Технологія су-від (sous-vide)* – завдяки цьому зберігаються природні соки, смак та корисні властивості продуктів, а також забезпечується стабільна якість страв.

*Концепція zero-waste (нульові відходи)* – передбачає раціональне використання всіх ресурсів, зменшення кількості відходів та повторну переробку залишків.

*Використання органічних продуктів* – багато ресторанів віддають перевагу сертифікованим екологічно чистим продуктам, які вирощуються без пестицидів і хімічних добрив. Це не лише покращує якість страв, а й сприяє здоровому харчуванню клієнтів.

*Підтримка локальних постачальників* – ресторани все частіше співпрацюють з місцевими фермами та виробниками, щоб отримувати свіжі, сезонні продукти, що не тільки сприяє розвитку регіонального бізнесу, а й зменшує вуглецевий слід, пов'язаний із транспортуванням продуктів на великі відстані.

Ефективна організація виробничих процесів у ресторанній сфері є ключовим чинником, що впливає на якість обслуговування, продуктивність персоналу та рівень конкурентоспроможності закладу. Використання різноманітних підходів, методів і форм організації дозволяє оптимізувати технологічні процеси, скоротити витрати і повною мірою відповідати очікуванням клієнтів.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Яковець Я. С. Мережа закладів закладів ресторанного господарства України та її розміщення. Миколаївський національний аграрний університет, 2021. С. 282-284.
2. Банева І. О. Організація ресторанного господарства : Конспект лекцій. Миколаїв : Миколаїв. Нац. Аграр. Ун-т, 2020. 54 с.
3. BN01:4833-4410-7890-4532. Портал Єдиної державної електронної системи у сфері будівництва. URL: [https://econstruction.gov.ua/laws\\_detail/3199658968553096642?doc\\_type=2](https://econstruction.gov.ua/laws_detail/3199658968553096642?doc_type=2)
4. Організація ресторанного господарства : Метод. рек. Харків : Харків. нац. екон. ун-т ім. Сем. Кузнеця, 2023. 77 с.

Науковий керівник: к. е. н., доцент Гопкало Л. М.

### **ОСОБЛИВОСТІ ОРГАНІЗАЦІЇ ОБСЛУГОВУВАННЯ У РЕСТОРАНІ ДЛЯ ЛЮДЕЙ З ОСОБЛИВИМИ ПОТРЕБАМИ**

**КУЛІШ Олександра,**

*здобувачка освітнього ступеня «Бакалавр»*

*спеціальності «Готельно-ресторанна справа»,*

*Національний університет біоресурсів і природокористування України, м. Київ*

Війна змінила життя всіх українців. Багато військових отримали інвалідність, захищаючи країну, постраждали й цивільні. Зараз в Україні вже близько трьох мільйонів людей з інвалідністю, і ця цифра, на жаль, тільки зростає. Щоб вони могли жити повноцінним життям і почували себе частиною суспільства, необхідно створювати відповідні умови: безбар'єрне середовище, інклюзивні простори, а також перелаштовувати громадський простір, у тому числі й у сфері ресторанного бізнесу.

Ресторан – це не просто місце для прийому їжі, це й частина соціального життя. Це місце зустрічі з друзями, бізнес-зустрічі. У закладах можуть проводитися майстер-класи, спікінг-клуби та інше. Саме тому важливо, щоб кожен гість, незалежно від фізичних можливостей, міг комфортно відвідувати заклад. В Україні інклюзивність у ресторанах лише починає активно розвиватися, тому важливо піднімати цю тему, навчати персонал та адаптувати простір.

Нажаль найчастіше, коли говорять про інклюзію в ресторанах, це зводиться до встановлення пандуса. Але ж давайте бути відвертими – пандус сам по собі не робить ресторан доступним. Інклюзія – це не про «ну, ми ж щось зробили», а про створення середовища, де людям відчувають себе комфортно. Уявімо ситуацію: людина на візку заїжджає в ресторан. Біля входу є пандус, і

це вже є хорошим знаком. Вона долає цей бар'єр і попадає усередину, але у торговельному залі прохід між столами настільки вузький, що просто неможливо проїхати. Доводиться просити відвідувачів пересунути свої стільці, що спричиняє незручність і для них, і для самої людини. А що робити, якщо всі місця зайняті, і немає можливості навіть протиснутися?

Люди на візках стикаються ще з такою проблемою: у закладі є санвузол, позначений символом інвалідного візка – здавалося б, усе передбачили. Але коли людина намагається скористатися ним, виявляється, що ширина верей замала, і візок просто не проходить. Уявіть, як це – опинитися в ситуації, коли найелементарніші речі стають проблемою лише тому, що хтось не подумав про деталі.

Організація обслуговування людей з особливими потребами за принципом «аби було» недопустима, інклюзія – це не про формальності. Це про те, щоб люди могли почуватися рівноправними, щоб люди відчували себе частиною суспільства.

Формально в Україні існують державні будівельні норми, які чітко регулюють доступність громадських місць. Вони прописують ширину проходів, висоту пандусів, розміри санвузлів та інше, але як часто їх реально дотримуються? Ось у чому питання. Багато закладів просто ігнорують ці вимоги або роблять усе так, щоб «виглядало пристойно», але не працювало на практиці. У результаті – десятки випадків, коли пандус є, але він настільки крутий, що ним неможливо скористатися. Або кнопка виклику персоналу знаходиться занадто високо, і людині на візку просто не може нею скористатися. Начебто передбачили, але не врахували одну з найвжливіших дедалей – зручність у використанні.

Часто, коли говорять про доступність у ресторанах, уявляють щось нудне, «державне» й суто функціональне. Але чому так? Уявімо ресторан, де все продумано так, що людина на візку не відчуває дискомфорту, але водночас простір виглядає гармонійно. Ніхто не «підлаштовував» інтер'єр під якісь вимоги – все органічно. Наприклад, проходи між столами достатньо широкі, але це не виглядає, ніби частина місць просто «випала» з загального плану. Або ж столи мають зручну висоту для всіх гостей, без відчуття, що хтось опинився в незручному положенні. Не менш важливий момент – дрібні, але значущі деталі, наприклад, в ресторані є тактильні позначки на підлозі або стінах, і вони не просто корисні, а ще й гарно вписані в загальний стиль закладу. Або ж меню, яке можна не тільки читати, а й прослухати через телефон. Це ж прості речі, які роблять ресторан по-справжньому відкритим для всіх.

Інклюзивність – це не тільки про комфорт, а й про атмосферу. Адже коли ти приходиш у заклад, ти хочеш не просто зручно сісти, а відчути, що про тебе подбали. Це стосується всього: від продуманого освітлення, яке не сліпить очі, до розташування санвузлів, які не треба шукати на іншому кінці приміщення. Ресторан – це про емоції. І якщо людина заходить, а замість того, щоб насолоджуватися вечором, постійно стикається з незручностями, то навряд чи вона захоче повернутися. А от коли простір створений з душею, він стає

місцем, куди хочеться приходити знову й знову – незалежно від того, які в тебе фізичні можливості.

Інклюзивність – це не про норми та формальні вимоги. Це про людей. Про їхній комфорт, повагу до їхніх потреб і просту людську чуйність. Технічні аспекти важливі, але найцінніше – це відчуття, яке залишається після візиту. Людина може не помітити, під яким саме кутом зроблений пандус, але вона точно запам'ятає, чи відчувала себе бажаним гостем.

Організація послуг у ресторанах для людей з особливими потребами вимагає врахування різноманітних аспектів інклюзивності та доступності. Це включає архітектурну доступність, адаптоване меню, навчений персонал та створення комфортного середовища для всіх відвідувачів. Водночас, можемо констатувати, що підприємства ресторанного господарства намагаються відповідати вимогам сьогодення та організують обслуговування з урахуванням особливостей різних інклюзивних груп людей. Наприклад:

1. Мережа ресторанів «Сім'я ресторанів Дмитра Борисова» постійно займається облаштуванням своїх закладів відповідно до потреб людей з інвалідністю. Кожен новий ресторан, який відкривався із 2016 року, відповідає всім нормам. Так, в ресторані «Остання Барикаді», який позионується як мистецько-гастрономічний простір, незрячі можуть користуватися меню зі шрифтом Брайля. До речі, поєднання тексту чорнилами та шрифтом Брайля виглядає дуже органічно. Пандуси, ліфт та адаптовані санвузли - обов'язкові під час ще проектування закладів.

2. Українське товариство сліпих (УТОС) допомогло мережі ресторанів McDonald's адаптувати їхнє меню для незрячих. McDonalds став першим закладом, який замовив створення таких меню на всю мережу ресторанів. Заклад, який впровадив меню шрифтом Брайля, облаштував пандус та адаптовану вбиральню для людей на візках. Простір у закладах організований таким чином, щоб забезпечити вільне пересування для всіх відвідувачів.

3. У міському кафе «Хармс» крім заходів, про які згадувалось вище, встановлено невисокі столи, а стілець можна прибрати, щоб він нікому не заважав.

4. Унікальною практикою є створення інклюзивної пекарні «Good Bread», що знаходиться у м. Києві, де працює 23 люди з ментальною інвалідністю, та розроблений цілий спектр послуг для інклюзивних груп. Зокрема, тут проводяться тематичні кулінарні майстер-класи для інклюзивних споживачів.

Ці приклади демонструють, як підприємства ресторанного господарства можуть успішно інтегрувати принципи інклюзивності, забезпечуючи комфорт та доступність для всіх відвідувачів, незалежно від їхніх особливих потреб.

Ресторан – це більше, ніж просто місце, де подають їжу. Це атмосфера, спілкування, емоції. І якщо заклад зроблений з душею, якщо там дійсно думають про кожного гостя – він стає не просто рестораном, а місцем, куди хочеться повертатися. Інклюзія не має бути винятком чи додатковою опцією. Вона має стати нормою.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Скільки людей в Україні отримали інвалідність 2023 року - відповідь МОЗ  
URL: <https://ua.korrespondent.net/ukraine/4725128-v-moz-skazaly-skilky-luidei-v-ukraini-otrymaly-invalidnist-u-2023-u>
2. Пандуси в нікуди та кафе, у які треба заносити на руках. Краш-тест доступності центра Києва. URL: <https://www.village.com.ua/village/city/people/349111-accessibility>
3. Безперешкодний доступ людей з інвалідністю та маломобільних груп населення: принципи та рекомендації. URL: <http://www.pervomaisk.mk.ua/userfiles>
4. Заклади харчування мають бути доступними для людей з інвалідністю. URL: <https://www.ukrinform.ua/rubric-economy/2704751-zakladi-harcuvanna-maut-buti-dostupnimi-dla-ludej-z-invalidnistu-minregion.html>.

Науковий керівник к. е. н., доцент Гопкало Л. М.

### **ІННОВАЦІЙНІ РІШЕННЯ ДЛЯ ГОТЕЛЬНОГО БІЗНЕСУ: ДІДЖИТАЛІЗАЦІЯ, ЇЇ ЕФЕКТИВНІСТЬ, ПЕРЕВАГИ ТА НЕДОЛІКИ**

**КУЛЯС Анастасія,**

*здобувачка освітнього ступеня «Бакалавр»  
спеціальності «Готельно-ресторанна справа»,  
Київський національний університет технологій та дизайну, м. Київ*

Згідно останніх спостережень в сфері готельного бізнесу було виявлено те, що підприємства, які знаходяться під впливом цифрових технологій та які швидко до них адаптуються, розвиваються швидше та користуються більшим попитом на ринку. Саме тому, сьогодні одним із ключових трендів для сфери гостинності є безпосередньо діджиталізація, яка в свою чергу забезпечує якісний клієнтський досвід.

Згідно зі звітом, який підготували Global Online Travel Booking Market, очікується, що до кінця 2025 року, онлайн-бронювання сягатиме до 765 мільярдів доларів США, зростаючи щороку на 4,9%. Це дослідження ще раз підкреслює значимість діджиталізації та необхідність її впровадження для готельного бізнесу в умовах конкурентного середовища [1].

Термін діджиталізація можна визначити як процес впровадження цифрових технологій у діяльність готельних підприємств, які в свою чергу необхідні, безпосереднім чином, для підвищення ефективності роботи готелю, покращення конкурентоспроможності та найголовніше вдосконалення взаємодії з гостями. У цьому контексті досить влучним є визначення О. Грибнінєнко, який у своїй роботі зазначає, що діджиталізація – це трансформація та проникнення цифрових технологій, що сприяють оптимізації й

автоматизації бізнес-процесів, підвищенню продуктивності та покращенню комунікаційної взаємодії зі споживачами [2].

У сфері гостинності діджиталізація виконує функції автоматизації процесів, що в свою чергу, передбачає впровадження електронних ключів, безконтактну оплату, використання CRM-систем, що в сукупності покращує процес бронювання, реєстрацію та розрахунок гостей.

Вона також передбачає, використання аналітики Big Data та штучного інтелекту і допомагає готелям краще розуміти потреби гостей, адаптуючи сервіси під їхні вподобання та очікування. Завдяки збору та аналізу великих обсягів даних готелі прогнозують поведінку гостей, оптимізують ціноутворення, що допомагає покращувати якість обслуговування та пропонувати персоналізовані рекомендації. Це сприяє підвищенню рівня лояльності клієнтів, збільшенню доходів та покращенню конкурентоспроможності готельного бізнесу в умовах цифрової трансформації.

Діджиталізація відповідає й за інтеграцію розумних пристроїв в готелі, які знижують експлуатаційні витрати, оптимізують використання ресурсів і створюють комфортні умови для гостей. Наприклад, система може автоматично регулювати температуру відповідно до присутності людини в номері, налаштовувати освітлення відповідно до часу доби або індивідуальних вподобань гостей. Це не лише підвищує зручність для відвідувачів, а й сприяє екологічній відповідальності готелю.

Таким чином, цифрові технології не лише підвищують ефективність бізнесу, а й створюють новий рівень взаємодії між готелем та гостями, сприяючи їхньому задоволенню та лояльності.

Проаналізувавши використання діджиталізації в готельному бізнесі, зрозумілим є те, що її ефективність полягає, в першу чергу, в оптимізації обробки даних. Як результат, підприємство значно зменшує ризик помилок при підрахунку даних, складання звітів, що в свою чергу, є невід'ємною складовою для бізнесу.

До того ж, основну перевагу, яку надає діджиталізація для підприємств готельного спрямування є систематизація комунікацій з гостями. Оскільки, у сфері послуг ефективна взаємодія з споживачами є ключовим фактором успішного ведення бізнесу, цифрові технології дозволяють оптимізувати процеси бронювання, персоналізувати обслуговування, забезпечувати швидкий зворотній зв'язок та підвищує рівень задоволеності гостей. Використання CRM-систем, чат-ботів, мобільних додатків і автоматизованих каналів комунікації сприяє зменшенню впливу людського фактора, що в свою чергу, пришвидшує обробку запитів та покращує якість сервісу.

Попри вагому кількості переваг, діджиталізації має і низку недоліків, основними з яких є – великі витрати та безпека даних. Так як використання інформаційно-цифрових технологій потребує значних витрат на забезпечення інфраструктури, а саме на закупівлю необхідного обладнання: програмне забезпечення, мережі, бази даних, комп'ютерне обладнання, безпекові заходи, тощо.

Оскільки використання онлайн-бронювання, електронних платежів та персоналізованого маркетингу сприяє накопиченню компаніями значного обсягу персональних даних клієнтів, існує серйозна загроза витоку інформації або її неправомірного використання, що може негативно вплинути на рівень довіри гостей та суперечити чинним нормативним вимогам щодо захисту даних.

Таким чином, роль діджиталізації для готельного бізнесу є критично важливою в умовах глобальної цифрової трансформації, оскільки вона сприяє підвищенню ефективності роботи в цілому та є ключовим чинником конкурентоспроможності готельного бізнесу.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Online Travel Booking Service Market Size, Share & Trends Analysis Report By Service Type (Vacation Packages, Transportation Booking), By Booking Method, By Device, By Region, And Segment Forecasts, 2022 – 2030 (2022). URL: <https://www.grandviewresearch.com/industry-analysis/online-travel-booking-service-market-report>.
2. Грибіненко О. Діджиталізація економіки в новій парадигмі цифрової трансформації. Міжнародні відносини. Серія «Економічні науки». 2018. № 16. С. 35–37. URL: [http://journals.iir.kiev.ua/index.php/ec\\_n/article/view/3523](http://journals.iir.kiev.ua/index.php/ec_n/article/view/3523). (дата звернення: 17.02.2025).

Науковий керівник: д. е. н., професор Сущенко О. А.

## ІННОВАЦІЙНІ PR-ТЕХНОЛОГІЇ ФОРМУВАННЯ ПОЗИТИВНОГО ІМІДЖУ ТА ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ РЕСТОРАНУ

**КУХАР Іванна,**

*здобувачка освітнього ступеня «Бакалавр»  
спеціальності «Готельно-ресторанна справа»,*

*Національний університет біоресурсів і природокористування України, м. Київ*

У сучасному світі готельно-ресторанний бізнес зазнає значних трансформацій під впливом зміни споживчих очікувань та цифрової революції. Сьогодні споживачі орієнтуються насамперед на якість обслуговування та власний емоційний досвід, що робить впровадження нових PR підходів необхідною умовою для створення унікальних вражень. Цей тренд супроводжується стрімким розвитком цифрових технологій, які сприяють адаптації PR стратегій до нових каналів комунікації, відкриваючи перед закладами

безпрецедентні можливості для ефективної взаємодії з аудиторією та підтримки позитивного іміджу. Особливої гостроти ця тема набуває в умовах економічної нестабільності, коли утримання клієнтів стає все складнішим завданням, вирішення якого потребує інноваційних підходів.

Інноваційні PR технології сьогодні виходять далеко за межі традиційної реклами, пропонуючи інструменти, які допомагають не лише залучати нових клієнтів, але й підтримувати інтерес до закладу серед уже наявної аудиторії. Важливим аспектом сучасного PR є також демонстрація соціальної відповідальності бренду, оскільки сучасні споживачі дедалі більше цінують компанії, які беруть активну участь у вирішенні суспільних проблем. Використання PR технологій для реалізації соціальних ініціатив може значно підвищити репутацію закладу та зміцнити емоційний зв'язок з клієнтами [1].

У ході дослідження було проаналізовано вплив інноваційних технологій на формування позитивного іміджу закладів готельно-ресторанного бізнесу, а також оцінено їхню роль у підвищенні конкурентоспроможності. Детальний аналіз здійснювався на прикладі ресторану «Variano». Це мережа закладів, ресторани якої функціонують у понад 30 країнах світу і спеціалізується на італійській кухні з акцентом на пасту та піцу [2]. Результати дослідження показали, що даний ресторан, активно працюючи на українському ринку як частина міжнародної мережі, успішно впроваджує передові PR-стратегії. Дослідження виявило, що ключовими чинниками успіху закладу є впровадження найкращих практик комунікації з споживачами, швидка адаптація до змінюваних умов ринку та реалізація соціально відповідальних ініціатив, що складає основу PR-стратегії ресторану «Variano». Деякі PR-технології доцільно розглянути більш детально.

Однією з основних PR-технологій ресторану є активне використання соціальних мереж, таких як Instagram, Facebook та TikTok. Ці платформи стали основним каналом для залучення уваги до ресторану. На них регулярно публікуються контент, що включає як фотографії смачних страв, так і відео, що демонструють процес приготування їжі. Відвідувачі можуть побачити, як готуються їхні улюблені страви, що створює емоційний зв'язок з брендом і формує позитивний імідж ресторану. Такий підхід не тільки привертає увагу, а й дозволяє клієнтам відчувати себе частиною виробничого процесу, що сприяє створенню більш глибоких зв'язків з брендом.

Для залучення нових клієнтів і підвищення впізнаваності бренду «Variano» активно співпрацює з інфлюенсерами та блогерами. Вони беруть участь у промо-акціях, організують гастрономічні тури та публікують відгуки про ресторан у своїх соціальних мережах. Така співпраця з відомими особами дозволяє не лише привернути увагу до ресторану, але й створює довіру серед потенційних відвідувачів.

Важливою є також соціальна відповідальність ресторану. «Variano» активно підтримує екологічні ініціативи, прагнучи зменшити свій екологічний слід. Вони використовують екологічно чисті упаковки та підтримують принципи сталого розвитку. Крім того, ресторан бере участь у благодійних акціях, що допомагає зміцнити його імідж як соціально відповідального

бізнесу. Такий підхід знаходить відгук у свідомих споживачів, які все більше звертають увагу на етичні та екологічні аспекти бізнесу.

Однією з інноваційних технологій, впроваджених у «Vapiano», які приваблюють споживачів є інтерактивні елементи в самому ресторані, такі як цифрові меню, які допомагають клієнтам швидше орієнтуватися в асортименті страв, а також мобільний додаток, який дозволяє клієнтам не тільки бронювати столики, але й отримувати персоналізовані пропозиції, знижки та бонуси та легко оплачувати замовлення. Це не лише покращує обслуговування, але й дозволяє зменшити час очікування, що є важливим аспектом для сучасних клієнтів, які цінують зручність і швидкість. Програми лояльності, які пропонують бонуси та знижки, є важливою частиною стратегії залучення клієнтів. Більше того, ресторан організовує ексклюзивні заходи та закриті вечірки для своїх найвірніших гостей. Це створює відчуття елітності та унікальності для клієнтів, що значно підвищує їхню лояльність.

Таким чином, дослідження PR-технологій ресторану «Vapiano» показало, що найефективнішими є: використання соціальних мереж, співпраця з інфлюенсерами, реалізація ініціатив соціальної відповідальності та проведення благодійних акцій й закритих вечірок для постійних клієнтів, а цифрові рішення доповнюють ці технології. Комплексне застосування цих PR-технологій не лише формує позитивний імідж закладу, але й забезпечує стабільне залучення нових клієнтів та підвищення лояльності існуючих.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Лисюк, Т., Терещук, О., & Демчук, О. (2021). Інноваційні підходи до використання реклами та PR-технологій в готельно-ресторанному бізнесі. *Економіка та суспільство*, (28). <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2021-28-35>
2. Restaurant Vapiano. URL: <https://vapiano.com> (дата звернення 01.03.2025).

Науковий керівник: д. е. н., професор Моргулець О. Б.

## СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ

**ЛЕВИЦЬКИЙ Іван,**

*здобувач освітнього ступеня «Бакалавр»  
спеціальності «Готельно-ресторанна справа»,*

*Київський національний університет технологій та дизайну, м. Київ*

Ресторанний бізнес є однією з найбільш динамічних сфер економіки, що швидко адаптується до змін споживчих вподобань, технологічного прогресу та викликів сучасності. Глобалізація, цифровізація, пандемічні обмеження та зростаюча конкуренція змушують рестораторів активно впроваджувати

інновації. Вони спрямовані на покращення якості обслуговування, оптимізацію витрат, екологічну відповідальність та створення унікального клієнтського досвіду. Використання новітніх технологій та нестандартних рішень стають ключовими факторами успіху, що дозволяє закладам не лише виживати, а й розширювати свою аудиторію та підвищувати прибутковість. Основними трендами розвитку сучасного ресторанного бізнесу є цифровізація бізнесу, сталий розвиток та екотренди, впровадження нових форматів ресторанного бізнесу та інформаційно-комунікаційних маркетингових технологій [1].

Сучасний ресторанний бізнес неможливий без цифрових технологій, які змінюють спосіб взаємодії закладів із клієнтами. Впровадження мобільних додатків, електронних меню та онлайн-замовлень робить процес обслуговування швидшим і зручнішим. Штучний інтелект та чат-боти персоналізують взаємодію, аналізуючи вподобання гостей та пропонуючи їм актуальні страви. Автоматизація обслуговування, застосування роботизованих офіціантів та інтерактивних столів, не лише дивує, а й оптимізує витрати, дозволяючи персоналу зосередитися на сервісі.

Глобальний тренд на екологічну свідомість впливає й на ресторанну індустрію. Заклади дедалі частіше переходять на екологічне пакування, мінімізують харчові відходи та впроваджують енергоефективні технології. Використання локальних продуктів не лише підтримує фермерів, а й гарантує свіжість і високу якість страв. Водночас зменшення викидів CO<sub>2</sub> та впровадження сталих практик допомагає бізнесу відповідати вимогам екологічно відповідальних споживачів.

Формати закладів також змінюються, пристосовуючись до ритму сучасного життя. Моделі «dark kitchen», що працюють лише на доставку, стали справжнім проривом, дозволяючи мінімізувати витрати на обслуговування залу. Заклади «grab-and-go» стають популярними серед зайнятих людей, які прагнуть швидкого, але якісного харчування. Крім того, ресторани експериментують із поєднанням функцій, наприклад, відкривають простори, що поєднують кав'ярню, коворкінг або магазин фермерських продуктів. Не менш важливими є кулінарні інновації, що змінюють підхід до приготування їжі. Новітні технології, такі як молекулярна гастрономія, 3D-друк їжі та су-від, дозволяють створювати унікальні смаки та текстури.

Маркетинг ресторанного бізнесу сьогодні виходить за межі традиційної реклами. Доповнена та віртуальна реальність перетворюють процес вибору страви на інтерактивний досвід. Соціальні мережі стали потужним інструментом залучення клієнтів: ексклюзивні пропозиції, інтерактивні акції та співпраця з інфлюенсерами значно підвищують впізнаваність бренду. TikTok-флешмоби, вірусні відео та нестандартні рекламні кампанії створюють додатковий інтерес до закладу, роблячи його частиною сучасної цифрової культури.

Успішне впровадження інновацій у ресторанному бізнесі потребує не лише творчого підходу, а й ретельного планування. Важливо розуміти актуальні споживчі запити та тенденції ринку, адже лише ті нововведення, що відповідають реальним потребам клієнтів, забезпечать конкурентні переваги.

Перед масштабним запуском концепцію слід протестувати, щоб оцінити її ефективність і виявити можливі ризики. Інвестиції в персонал відіграють ключову роль: навчання співробітників і створення мотиваційної системи допомагають інтегрувати зміни без опору з боку команди. Після впровадження інновацій необхідно регулярно оцінювати їхню ефективність, коригувати стратегію розвитку та адаптуватися до нових викликів. Гнучкість, орієнтація на клієнта та контроль якості є основою успішного управління інноваційними процесами [2].

Попри очевидні переваги, впровадження інновацій у ресторанному бізнесі супроводжується низкою викликів. Значні фінансові витрати на нові технології, обладнання та навчання персоналу можуть стати бар'єром для багатьох закладів. Додатково ускладнює процес спротив змін, адже як власники, так і працівники не завжди готові адаптуватися до нових рішень. Відчутний також дефіцит фахівців, здатних працювати з сучасними технологіями. Економіко-політичні негаразди можуть гальмувати впровадження інновацій, а нестабільність середовища і невизначеність результатів підвищує ризики для бізнесу.

Отже, ресторанний бізнес сьогодні стрімко змінюється під впливом нових технологій, змін у споживчих вподобаннях і глобальних викликів. Інновації стають ключовим фактором успіху, допомагаючи оптимізувати роботу, покращити клієнтський досвід і створити конкурентні переваги на ринку.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Демчина Д. Інновації у ресторанному бізнесі: тренди, що змінюють правила гри. URL: <https://surl.li/ekfseu> (дата звернення 12.02.2025).
2. Рябенюк, М. (2021). Перспективи розвитку нових форматів закладів ресторанного господарства. Економіка та суспільство, (24). <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2021-24-51>

Науковий керівник: к. е. н., доцент Бірюкова Ю. А.

## ПРОГРАМИ ЛОЯЛЬНОСТІ НОВОГО ПОКОЛІННЯ: БЛОКЧЕЙН, NFT, ГЕЙМІФІКАЦІЯ

**ЛИСЕНЮК Анна,**

*здобувачка освітнього ступеня «Бакалавр»  
спеціальності «Готельно-ресторанна справа»,  
Київський національний університет технологій та дизайну, м. Київ*

Сучасний готельно-ресторанний бізнес (HoReCa) постійно шукає інноваційні рішення для залучення та утримання клієнтів. У зв'язку з цим програми лояльності стали ключовим елементом маркетингової стратегії,

дозволяючи створювати персоналізований підхід до кожного гостя. Традиційні системи лояльності, засновані на бонусах і дисконтних картах, поступово відходять на другий план, поступаючись місцем блокчейн-рішенням, NFT-активам і гейміфікованим програмам. Такі технології не лише підвищують ефективність програм лояльності, а й створюють нові можливості для взаємодії з клієнтами, покращуючи їхній досвід та залученість.[2]

Застосування блокчейну у програмах лояльності сприяє створенню прозорої та безпечної системи накопичення і використання бонусів. Він усуває підробку балів, дозволяє обмінювати бонуси між різними мережами закладів HoReCa та забезпечує швидкість транзакцій. У свою чергу, NFT як інструмент лояльності дає клієнтам змогу отримувати унікальні цифрові активи, що можуть надавати ексклюзивні переваги, доступ до VIP-заходів або персоналізовані знижки. Гейміфікація, впроваджена у програми лояльності, перетворює взаємодію клієнтів із брендом у цікавий процес, що мотивує їх на частіші відвідування та підвищує рівень лояльності [3].

*Таблиця*

### **Інноваційні програми лояльності в HoReCa**

Технологія	Опис	Переваги	Приклад використання
Блокчейн	Децентралізована база даних, що забезпечує прозорість і безпеку транзакцій, усуває підробку балів та дозволяє обмінювати бонуси між мережами HoReCa	Прозорість – клієнти бачать історію транзакцій. Універсальність – об'єднання програм лояльності. Захист від шахрайства. Швидкість транзакцій	Looyal – міжнародна блокчейн-платформа для об'єднання програм лояльності
NFT	Унікальні цифрові активи, що не можуть бути скопійовані або підроблені. Використовуються для створення VIP-клубів, подарункових сертифікатів і колекційних бонусів	Доступ до ексклюзивних пропозицій. Цифрові сертифікати та бонуси. Можливість створення унікальних колекцій.	Flyfish Club – перший у світі NFT-ресторан, доступ до якого можливий лише через володіння NFT-карткою.
Гейміфікація	Використання ігрових елементів для залучення клієнтів, зокрема квестів, рівневих програм і цифрових нагород	Мотивує клієнтів частіше відвідувати заклади. Збільшує залученість. Формує лояльність через гру	Starbucks Odyssey – інтегрована система лояльності, що об'єднує NFT і гейміфікацію

Джерело: сформовано автором на основі [1]

Інноваційні програми лояльності на основі блокчейну, NFT і гейміфікації відкривають нові можливості для HoReCa, створюючи унікальні клієнтські враження. Вони дозволяють зміцнювати зв'язки з гостями, підвищувати довіру і лояльність, а також оптимізувати витрати на маркетинг.

Готелі та ресторани, що впроваджують цифрові технології в програми лояльності, отримують конкурентну перевагу і можуть привабити нові сегменти клієнтів, які цінують сучасні технологічні рішення. У найближчі роки ці підходи можуть стандартом у сфері гостинності, забезпечуючи більш глибоку інтеграцію персоналізованих послуг та цифрових активів у взаємодію з клієнтами.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Гейміфікація: ефективна технологія впливу на лояльність споживачів ресторанних послуг / Присакар І. І. // Економіка та суспільство. 2024. № 4. URL: [https://economyandsociety.in.ua/journals/4\\_ukr/28.pdf](https://economyandsociety.in.ua/journals/4_ukr/28.pdf) (дата звернення: 21.02.2025).
2. Будна Ю. А. Гейміфікація, мобільні додатки та програми лояльності: нові можливості для залучення клієнтів // Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя. 2024. URL: [https://elartu.tntu.edu.ua/bitstream/lib/46620/2/CHUMACON12\\_2024\\_Budna\\_Y-Gamification\\_mobile\\_apps\\_and\\_19-20.pdf](https://elartu.tntu.edu.ua/bitstream/lib/46620/2/CHUMACON12_2024_Budna_Y-Gamification_mobile_apps_and_19-20.pdf) (дата звернення: 21.02.2025).
3. Що таке програма лояльності? // SendPulse. 2024. URL: <https://sendpulse.ua/support/glossary/loyalty-program> (дата звернення: 21.02.2025).

## СУЧАСНІ ПІДХОДИ ДО УПРАВЛІННЯ ЯКІСТЮ У СФЕРІ NORECA

**ЛИТВИНОВ Владислав,**

*здобувач освітнього ступеня «Бакалавр»*

*спеціальності «Готельно-ресторанна справа»,*

*Київський національний університет технологій та дизайну, м. Київ*

В умовах динамічного розвитку сучасного ринку послуг управління якістю в індустрії HoReCa набуває особливого значення як ключовий фактор забезпечення конкурентоспроможності підприємств. Зростаюча вимогливість споживачів та посилення конкурентної боротьби створюють середовище, де якість обслуговування стає не просто перевагою, а необхідною умовою виживання бізнесу. Високий рівень послуг та стабільна якість продуктів мають вирішальне значення не лише для залучення нових клієнтів, а й для формування лояльності серед постійних. У цьому контексті стає все важливішим впровадження ефективних підходів до управління якістю, що дозволяють зберігати високу конкурентоспроможність на ринку. Сучасні методи управління якістю, які враховують інновації та технології, здатні значно покращити обслуговування та підвищити прибутковість підприємств HoReCa.

Сфера HoReCa об'єднує підприємства, які займаються обслуговуванням клієнтів у сегментах готелів, ресторанів, кафе та кейтерингу. Всі ці підприємства мають спільну мету – надання високоякісних послуг, які задовольняють потреби клієнтів. Проте кожен сегмент має свої специфічні вимоги до якості обслуговування та продукції [2].

Готелі є основними гравцями на ринку гостинності. Якість у готелях вимірюється не лише комфортністю номерів, а й рівнем обслуговування, зручностями для гостей, такими як ресторани, спа-послуги та додаткові сервіси. Важливим аспектом є дотримання стандартів якості на всіх етапах перебування гостя, починаючи з процесу бронювання і до моменту виїзду. Як правило, готелі використовують міжнародні стандарти якості, такі як ISO та сертифікації, що підтверджують високий рівень обслуговування. Вони також покладаються на інструменти для вимірювання задоволеності клієнтів, такі як відгуки на онлайн-платформах, системи управління репутацією та програми лояльності.

Ресторани та кафе є місцями, де якість продукції та обслуговування відіграє центральну роль у формуванні іміджу закладу. Тут важливими складовими є смакові якості страв, свіжість інгредієнтів, інтер'єр закладу, швидкість обслуговування та комунікація персоналу з гостями. Для ресторанів важливим є дотримання високих стандартів санітарії, безпеки харчових продуктів (сертифікація HACCP) та використання сучасних технологій управління якістю продуктів, таких як автоматизовані системи контролю запасів та інвентаризації. Крім того, ресторани часто використовують системи для аналізу відгуків клієнтів, що дає можливість оперативно реагувати на будь-які скарги або пропозиції.

Кейтерингові компанії зосереджуються на організації харчування поза межами власних закладів, часто працюючи на заходах, банкетах та корпоративних подіях. Якість в цьому сегменті включає не лише страви, а й організацію процесу обслуговування, транспортування продуктів та ефективну логістику.

Специфіка вимог до якості в цих різних сегментах полягає у необхідності постійного моніторингу та оцінки всіх аспектів роботи. Продукція та послуги повинні відповідати найвищим стандартам безпеки, гігієни та естетики, а також забезпечувати зручність і комфорт для клієнтів. Це вимагає впровадження сучасних технологій, систем автоматизації, а також постійного навчання персоналу.

Управління якістю в сфері HoReCa стикається з кількома основними проблемами, які можуть суттєво вплинути на рівень обслуговування і, як наслідок, на прибутковість бізнесу. Хоча існують загальноприйняті міжнародні стандарти якості, кожен заклад має свої специфічні вимоги, залежно від сегмента та типу послуг. Впровадження цих стандартів потребує значних фінансових і часових ресурсів. Більше того, не всі підприємства здатні на постійній основі забезпечувати дотримання високих стандартів якості [1].

Одна з головних проблем полягає в тому, що менеджменту часто не вистачає ресурсів для регулярного контролю якості. У таких умовах недостатнє забезпечення високої якості обслуговування може призвести до втрати клієнтів і погіршення репутації закладу.

Перспективи розвитку систем управління якістю в галузі HoReCa тісно пов'язані з впровадженням інноваційних технологій та цифрових рішень. Використання штучного інтелекту та аналізу великих даних відкриває нові можливості для прогнозування та оптимізації процесів управління якістю. Особливого значення набуває інтеграція екологічних ініціатив та принципів сталого розвитку в системи управління якістю, що відповідає зростаючим очікуванням суспільства щодо соціальної відповідальності бізнесу.

Підсумовуючи, варто зазначити, що ефективне управління якістю в сфері HoReCa вимагає комплексного підходу, який поєднує традиційні методи контролю з інноваційними технологічними рішеннями. Успіх у цій сфері залежить від здатності підприємств адаптуватися до мінливих умов ринку та впроваджувати сучасні підходи до забезпечення якості послуг, зберігаючи при цьому фокус на задоволенні потреб клієнтів та підтримці високих стандартів обслуговування.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Графська О. І. (2023). Проблеми сертифікації та управління якістю у HORECA. Проблеми сучасних трансформацій. Серія: економіка та управління, (9). <https://doi.org/10.54929/2786-5738-2023-9-12-04>
2. Язіна, В., Кучер, М., & Сабіров, О. (2021). Сучасні аспекти управління якістю продукції та послуг підприємств готельно-ресторанного господарства. Економіка та суспільство, (34). <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2021-34-87>

Науковий керівник: к. е. н., доцент Бірюкова Ю. А.

## АНАЛІЗ СУЧАСНИХ ТЕНДЕНЦІЙ У СФЕРІ КУРОРТНИХ ГОТЕЛІВ

**ЛУК'ЯНЕНКО Олександр,**

*здобувач освітнього ступеня «Бакалавр»*

*спеціальності «Готельно-ресторанна справа»,*

*Національний університет біоресурсів і природокористування України, м. Київ*

Готельна індустрія є невід'ємною складовою розвитку туризму. Щорічне зростання кількості подорожуючих у світі, що спричинене процесами глобалізації та інтернаціоналізації, сприяє постійній зміні та оновленню сфери туризму та обслуговування. Туризм, як найдинамічніша сфера людської

діяльності стимулює розвиток всього готельного господарства. Однак, мережа туристських підприємств в Україні формувалась наприкінці 70-х-упродовж 80-х рр. і багато готелів будувались за проектами, які не відповідають міжнародним стандартам. Їхнє інтенсивне використання і невчасне проведення поточних і капітальних ремонтів призводять до значного зносу самих споруд і їх оснащення. За європейською системою оцінювання, що бере до уваги площу приміщень, відсоткове співвідношення номерів із санвузлом, наявність додаткових послуг (наявність ресторану, басейну, паркувальних місць, підземних паркінгів, громадських зон, конференцзалів, фітнес-центрів, кондиціонерів тощо) не всі заклади тимчасового розміщення туристів в Україні відповідають цим вимогам і запитам подорожуючих. А запити постійно зростають і змушують розвиватися заклади гостинності. До технічних вимог і стандартів додалися потреби мандрівників отримати цікавий досвід і враження від перебування в готелі. Нестандартний дизайн, унікальна архітектура і приваблива локація стають не менш важливими чинниками при виборі тимчасового місця проживання.

Основними завданнями у сфері готельного бізнесу, згідно міжнародних стандартів, повинно стати створення конкурентних переваг і підвищення конкурентоспроможності, пошук нових шляхів розвитку, оновлення власної політики з урахуванням специфіки ринку готельних послуг.

У сфері туристичного та готельного бізнесу на сьогоднішній день працевлаштована кожна п'ятнадцята людина у світі. Кількість зайнятих у сфері туристського обслуговування за темпами зростання значно випереджає інші галузі. Процеси глобалізації та інтернаціоналізації стимулюють зростання кількості туристів у світі, сприяють стабільному розвитку, трансформації та інновації сфери туризму та обслуговування.

У 2020 році в Україні зареєстровано 4523 заклади розміщування. Для порівняння, по всьому світу в цьому ж році налічувалося понад 700 тис. готелів і курортів із більше ніж 16,4 млн. готельних номерів. Військові дії на Південному Сході країни, а також нестабільна політична та соціально-економічна ситуація негативно позначилися на ринку туристичних послуг. Спалах Covid-19 став випробуванням для світового та українського готельного ринку, оскільки були встановлені обмеження пересування по країні, повна ізоляція країн та скасовано авіасполучення. Тому всі показники діяльності колективних засобів розміщування в Україні істотно скоротилися відносно 2019 року.

Незначна їх кількість є готелями міжнародного класу. Лише 197 готелів від загальної кількості мають підтверджений рейтинг класифікації готелів за зірками (5 зірок – 36; 4 зірки – 71; 3 зірки – 59; дві зірки – 15; одна зірка – 16 готелів). В Україні практично немає таких поширених у світі засобів колективного розміщення туристів, як мотелі, кемпінги, молодіжні бази тощо. А саме такі туристські підприємства могли би забезпечити створення кількості додаткових робочих місць і дати поштовх розвитку галузі.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Нодь, О. (2024). Інноваційні тенденції в сфері готельного обслуговування в умовах сучасних викликів. *Modeling the development of the economic systems*, (2), 289–294. <https://doi.org/10.31891/mdes/2024-12-39>
2. Біловус Т. І., Олійник О. І. Вплив цифровізації на розвиток готельного бізнесу в Західній Україні. *Економіка та управління національним господарством*. 2021. С. 102-123.
3. Кіш Г. В. Інноваційні технології в діяльності готельно-ресторанних підприємств. *Актуальні питання у сучасній науці*. 2023. № 6(12). С. 65-77.

Науковий керівник: к. т. н., доцент Неїленко С. М.

### **КОНЦЕПТУАЛЬНЕ ОБҐРУНТУВАННЯ ДИТЯЧОГО ТАБОРУ НА 40 МІСЦЬ У ЛІСОВІЙ ЗОНІ**

**ЛУК'ЯНЕНКО Олексій,**

*здобувач освітнього ступеня «Бакалавр»*

*спеціальності «Готельно-ресторанна справа»,*

*Національний університет біоресурсів і природокористування України, м. Київ*

Створення дитячого табору в лісовій зоні є стратегічно важливим кроком у розвитку дитячого відпочинку, що сприяє гармонійному фізичному та психологічному розвитку дітей. Лісові зони забезпечують природне середовище, яке позитивно впливає на здоров'я та загальне самопочуття дитини. Враховуючи екологічні, соціальні та економічні аспекти, розробка концепції табору має ґрунтуватися на науково обґрунтованих критеріях.

При виборі місця розташування табору необхідно враховувати такі чинники, як екологічна чистота, наявність водних ресурсів, транспортна доступність та безпека території. Лісові зони Карпат, Полісся та лісостепова частина України є оптимальними для реалізації даного проєкту. Вони мають сприятливий клімат, чисте повітря, а також багату біорізноманітність, що є основою для екологічного виховання дітей.

Сучасний підхід до організації табору базується на принципах екологічності, безпеки, інноваційності та індивідуального підходу до виховання дітей. Використання екологічно чистих матеріалів у будівництві, альтернативних джерел енергії та сортування відходів сприятиме розвитку екологічної свідомості серед дітей. З іншого боку, комплексна безпека передбачає наявність охорони, медичного персоналу та системи моніторингу стану дітей.

Проєкт передбачає створення сучасної інфраструктури, що відповідатиме всім вимогам комфортного проживання та активного відпочинку дітей. Житловий комплекс включатиме 10 дерев'яних котеджів, розрахованих на 4 особи кожен, адміністративний корпус, їдальню з екологічною кухнею, спортивні майданчики, навчальні зони, літній театр та рекреаційні простори.

Враховуючи, що табір розрахований на 40 дітей зі змінами тривалістю 14 днів, розроблено раціональну систему харчування, яка відповідає санітарним нормам та фізіологічним потребам дітей. Розрахунок добової потреби в продуктах ґрунтується на встановлених нормах споживання білків, жирів і вуглеводів. Раціон складається з чотирьох прийомів їжі, що забезпечує баланс поживних речовин та енергії. Для ефективної організації харчування використовується сучасне обладнання, що дозволяє готувати якісні страви з дотриманням санітарно-гігієнічних вимог. Крім того, передбачено окремі дієтичні страви для дітей із харчовими алергіями.

Основні напрямки діяльності табору включають спортивні активності, фізичні вправи, туристичні походи, водні види спорту. Екологічне виховання передбачає практичні заняття з природоохоронної діяльності, догляд за рослинами. Творчі майстер-класи охоплюють художню творчість, музичні гуртки, театральні вистави. Інтелектуальний розвиток сприяє логічному мисленню через логічні ігри, наукові дослідження, квести. Додатково, психологічна підтримка передбачає групові заняття з розвитку емоційного інтелекту, спілкування з психологами.

Однак, сучасні реалії України, зокрема військова агресія та наслідки війни, створюють нові виклики для реалізації подібних проєктів. У післявоєнний період важливо враховувати питання безпеки, психологічної реабілітації дітей та можливості інтеграції табору в загальнонаціональну систему відновлення країни. Розташування табору повинно враховувати безпечну відстань від потенційних зон ризику, наявність укриттів та сучасних систем оповіщення. Також актуальним є питання інклюзивності та адаптації табору для дітей, які постраждали внаслідок бойових дій, включаючи переселенців та сиріт. Особливу увагу слід приділити програмам психологічної адаптації, арт-терапії та груповим заходам, що сприятимуть соціалізації дітей.

З метою реалізації проєкту необхідно забезпечити фінансування з різних джерел, включаючи державні та місцеві програми, гранти міжнародних екологічних фондів, спонсорську підтримку та батьківські внески. Економічна ефективність проєкту забезпечується за рахунок збалансованого використання ресурсів, автоматизації управлінських процесів та екологічного підходу до організації табору. У перспективі дитячий табір може стати не лише осередком відпочинку, а й центром психологічної реабілітації дітей та молоді, що відіграє важливу роль у процесі післявоєнного відновлення України.

Створення дитячого табору в лісовій зоні є перспективним напрямком розвитку дитячого відпочинку в Україні. Сучасний обґрунтований підхід до організації відпочинку дозволить забезпечити безпечні умови для дітей, сприятиме формуванню екологічної культури та стане важливим кроком у розвитку сучасної системи дитячого оздоровлення. Водночас, реалізація такого проєкту в умовах відновлення країни дозволяє не лише створити комфортне середовище для дітей, а й зробити вагомий внесок у соціальну адаптацію та психологічну підтримку майбутнього покоління.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Риндюк С. В., Стасюк Р. В., Зачоса О. В. Реновація дитячих таборів. Сучасні технології, матеріали і конструкції в будівництві. 2022. № 2. С. 163-168.
2. Миргородська О. Дитячі табори як різновид дитячого туризму в Україні. Матеріали VI Міжнародної науково-практичної конференції: Теоретичні і прикладні напрямки розвитку туризму та рекреації в регіонах України, присвяченої 90-річчю дитячо-юнацького туризму в Україні.: збірник наукових праць. Київ - Кропивницький. ЛА НАУ, 2020. С.58 – 64.
3. Пророк Н. В., Бойко С. Т., Гнатюк О. В., Купреєва О. І., Курило Л. Ф., Папуча М. В., Полякова В. І., Столярчук О. А., Царенко Л. Г., Чекстере О.Ю., Психологічна діагностика проявів розладів адаптації у суб'єктів освітнього простору в умовах воєнного стану та післявоєнної відбудови країни: практичний посібник. Інститут психології імені Г. С. Костюка НАПН України, м. Київ, 2023, 220 с.

Науковий керівник: д. т. н., професор Сердюк М. Є.

## ІННОВАЦІЇ В ЗАКЛАДАХ HoReCa

**МАЦЮЦЬКА Анастасія,**

*здобувачка освіти спеціальності «Готельно-ресторанна справа»,  
Полтавський фаховий коледж підприємництва і ресторанного бізнесу, м. Полтава*

Для успішного ведення ресторанного бізнесу в надзвичайно складні часи для України важливою є довготривала перспектива діяльності з використанням цифровізації та світових інновацій.

Сьогоднішній відвідувач – це не просто споживач товару чи послуги. Це сучасна людина, яка бажає отримати максимум задоволення як фізіологічних так і естетичних та інтелектуально – духовних потреб.

Від ступеню розвитку закладів HoReCa залежить повнота задоволення суспільства, економічний розвиток та значущість України на ринку послуг у Європі. Цей процес передбачає пошук інноваційних методик та технологій підприємництва, які здатні пришвидшити адаптацію закладів ресторанного господарства України до рівня досягнень світового ринку послуг.

30 жовтня 2023 року в Києві відбулася SALT Restaurant Innovation Conference. Цьогоріч вона була присвячена інноваціям.

Головними аспектами доповіді Андрія Длігача були:

18% світового ВВП припадає на індустрію гостинності, в ній залучено 15% населення планети. І ці показники будуть тільки збільшуватися.

Ресторани - це більше, ніж "заклади харчування": вони активно заходять на території індустрії розваг, а також вони допомагають людям формувати спільноти.

Ситуація з ресторанною індустрією в Україні залишається складною: 17% закладів закрилися після 24 лютого, ще 20% працюють, але не бачать перспектив. Крім того, треба бути готовими до того, що населення України

Світ дивергентний. Всі тренди відбуваються одночасно. А на кожен тренд є свій антитренд. Наприклад, є загальний тренд: люди у світі все більше часу проводять у закладах, бо для спільноти потрібен простір. Але паралельно з цим частина людей обирає навпаки проводити більше часу вдома.

Набирає обертів тренд на харчування поза межами закладу: люди частіше замовляють доставку або їжу з собою.

Економічна ситуація в усьому світі вимагає від закладів двох речей: дешевше та швидше. При чому цього необхідно досягнути не коштом погіршення якості, а виключно через більш ефективну організацію всіх процесів. Саме це лежить в основі буму fast casual форматів.

Один з ключових трендів - fusion, поєднання найбільш неочевидних гастрономічних культур в одній страві. Паралельно з цим розвивається антитренд: гіперлокальність, comfort food.

В центрі вашої маркетингової стратегії має бути не продукт, не страва, а людина. Маркетинг будуватиметься на враженнях та співдії [1].

Саме заклади HoReCa в Україні і є тими, що демонструють інновації кулінарного мистецтва та пропонують відвідувачу набагато більше ніж їжа.

Зростання популярності органічних та екзотичних продуктів впливає на те, як ресторани та готелі готують їжу. Використання нових технологій, таких як 3D-друкування їжі або штучний інтелект для розробки нових рецептів, дозволяє створювати унікальні кулінарні шедеври та підвищувати якість продуктів. [2]

Також, на ринку ресторанної індустрії ми бачимо тенденцію формування усвідомленого харчування, що реалізується через посилену увагу до здоров'я та самопочуття людини, яка передбачає збільшення інтересу споживачів до здорової та збалансованої харчової продукції. Це включає використання органічних та натуральних інгредієнтів, створення меню для різних дієт (вегетаріанська, веганська, безглютенова), здорові методи приготування страв, використання сезонних та локальних продуктів, а також створення збалансованих порцій, які враховують баланс калорій, білків, жирів та вуглеводів (КБЖВ) [3].

В Полтаві є багато закладів, що входять до асоціації HoReCa.

Ресторан VILLA GRILL, ETNIKA, «ВЕРТЕП», ТАУ.

Всі ці заклади є особливими. Адже, спеціалізуються на основних сподобаннях полтавців та гостей міста. Тут широко представлені як сучасна європейська кухня так і традиції та автентичність українських страв.

Неповторні інтер'єри, оздоблення натуральними матеріалами створюють відчуття присутності в іншому вимірі, дають змогу відвідувачу отримати максимум задоволення від перебування в закладі.

2025 рік обіцяє стати проривним для HoReCa. Глобальні тренди та технологічні інновації диктують нові правила, змінюючи підходи до управління, обслуговування і стратегії розвитку бізнесу.

Готельно-ресторанний бізнес стає більш технологічним, екологічним і клієнтоорієнтованим [4].

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Журнал Ресторатор URL: [https://www.restorator.ua/post/horeca\\_future](https://www.restorator.ua/post/horeca_future)
2. Британська телерадіомовна корпорація. Режим доступу: <https://www.bbc.com/news/business-35631265> (Дата звернення 26.03.2024)
3. Dzierlatka J. 10 Top-Notch Restaurant Industry Trends in 2024 | UpMenu. UpMenu. URL: <https://www.upmenu.com/blog/restaurant-trends/> (дата звернення: 17.04.2024).
4. HORECA 2025: нововведення, що змінять індустрію гостинності URL:<https://qbtools.com.ua/blog/horeca-2025-novovvedennya-shcho-zminyat-industriyu-gostinnosti>

Науковий керівник: Паршина О. П.

## СУЧАСНІ ПІДХОДИ ДО ОРГАНІЗАЦІЇ РОБОТИ ГАРЯЧОГО ЦЕХУ В РЕСТОРАНІ

**МЕЛЕТ Валерія,**

*здобувачка освітнього ступеня «Бакалавр»  
спеціальності «Готельно-ресторанна справа»,*

*Національний університет біоресурсів і природокористування України, м. Київ*

Гарячий цех займає в підприємстві ресторанного господарства центральне місце і повинен мати зручний зв'язок із заготовочними цехами і холодним цехом. Його основною функцією є приготування гарячих страв: супів, соусів, гарнірів, до готування м'ясних, рибних і овочевих страв. Організація роботи цього цеху потребує дотримання технологічних, санітарно-гігієнічних та ергономічних норм для забезпечення якісного обслуговування гостей. Гарячий цех повинен мати правильне планування, потужну вентиляцію, сучасне устаткування. Зонування передбачає розподіл цеху на два відділення: супове відділення – для приготування перших страв; соусне відділення – для приготування основних страв, гарнірів і соусів.[1]

Для забезпечення безпеки харчових продуктів гарячий цех повинен відповідати всім санітарно-гігієнічним вимогам, а саме: використання зручних у догляді матеріалів для облицювання стін, підлоги та робочих поверхонь; наявність окремих мийних зон для інвентарю та посуду; регулярна санітарна обробка обладнання.

Ефективна робота гарячого цеху залежить від кваліфікації та організації роботи персоналу. Шеф-кухар та його команда повинні мати чіткий розподіл обов'язків, дотримуватись технологічних карт приготування страв і співпрацювати між собою. Раціональне розміщення обладнання дозволяє зменшити час і зусилля персоналу, забезпечити безперешкодне пересування між робочими зонами та уникнути перевантаження працівників, дезорганізації та ризику нещасних випадків. Для підвищення ефективності роботи гарячого цеху у підприємствах використовують сучасне обладнання: пароконвектомати, індукційні плити, багатофункціональні машини, автоматичні системи вентиляції, вакуумні пакувальники, сувіди тощо.

У зв'язку зі зростаючими вимогами до швидкості обслуговування та якості страв сучасні ресторани постійно впроваджують сучасні технології виробництва та обслуговування. Автоматизовані системи обліку замовлень дозволяють оптимізувати процес приготування у гарячому цеху та уникати помилок у передачі інформації від залу до кухні. Також вони допомагають передавати замовлення безпосередньо з залу до гарячого цеху, що мінімізує затримки та людські помилки. Наприклад, використання POS-систем (Point of Sale) забезпечує швидку обробку замовлень, друк чеків та передачу інформації на кухню. Крім того, такі системи дозволяють аналізувати популярність страв і складати прогнози щодо замовлень.[4]

Актуальною для ритмічної організації роботи гарячого цеху є WMS системи (Warehouse Management System) – це програмно-апаратна система моніторингу складських запасів, які інтегруються з гарячим цехом, дозволяючи автоматично списувати продукти після приготування страв. Це сприяє ефективному управлінню запасами та зменшенню харчових відходів. Система приймає та аналізує дані, а потім використовує їх для створення звітів, які згодом може переглянути керуючий складом [2].

Крім того, сучасні технології забезпечують можливість дистанційного контролю за процесами у виробничих цехах через мобільні додатки та веб-платформи. Наприклад, Rational ConnectedCooking – це платформа для віддаленого управління пароконвектоматами, яка дозволяє контролювати приготування страв, змінювати налаштування обладнання та отримувати повідомлення про його стан через смартфон або комп'ютер. [3] Це особливо актуально для великих готельних комплексів із розвиненою мережею закладів ресторанного господарства. Впровадження таких рішень не лише оптимізує роботу гарячого цеху, а й підвищує рівень обслуговування гостей, що є важливим конкурентним фактором у сучасному готельно-ресторанному бізнесі.

У цілому, організація роботи гарячого цеху в ресторанному господарстві є складним і багатофункціональним процесом, який вимагає врахування численних факторів: від правильного планування приміщення до впровадження сучасних технологій управління. Забезпечення безперервного потоку інформації між залом і кухнею, зокрема за допомогою автоматизованих систем, суттєво підвищує швидкість обслуговування і знижує ймовірність помилок. Важливим є також правильне оснащення цеху відповідними технологічними пристроями, що дозволяє досягати швидкого

обслуговування гостей і високої якості страв. Сучасні ресторани підприємства повинні бути гнучкими та готовими адаптуватися до змінних вимог ринку. Впровадження цифрових технологій і автоматизація процесів стають необхідними умовами для підвищення конкурентоспроможності та забезпечення бездоганної якості обслуговування. Врахування всіх цих тонкощів дозволяє досягти високої ефективності роботи гарячого цеху, що, у свою чергу, сприяє успіху ресторану та підвищенню задоволення гостей.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Інтернет-ресурс Радченко Л.О. «Організація виробництва на підприємствах громадського харчування» URL: [https://infotour.in.ua/radchenko5-9.htm#google\\_vignette](https://infotour.in.ua/radchenko5-9.htm#google_vignette)
2. Інтернет-ресурс «UIS» URL: <https://uislab.com/uk>
3. Інтернет-ресурс «RATIONAL» URL: [https://www.rational-online.com/uk\\_ua/news](https://www.rational-online.com/uk_ua/news)
4. Інтернет-ресурс «Corefy» URL: <https://corefy.com/uk/glossary/pos-system>

Науковий керівник: к. е. н., доцент Гопкало Л. М.

## АНАЛІЗ СУЧАСНИХ ТЕНДЕНЦІЙ У СФЕРІ СІЛЬСЬКИХ ЗЕЛЕНИХ ОСЕЛЬ

**МІРОШНИК Олена,**

*здобувачка освітнього ступеня «Бакалавр»  
спеціальності «Готельно-ресторанна справа»,*

*Національний університет біоресурсів і природокористування України, м. Київ*

Сільський зелений туризм набуває все більшої популярності як одна з ключових складових сталого розвитку регіонів, що обумовлено зростанням попиту на екологічний та автентичний відпочинок. Сучасні тенденції в цій сфері формуються під впливом низки чинників, серед яких підвищення екологічної свідомості споживачів, розвиток цифрових технологій, адаптація до змін клімату, диференціація туристичних послуг та впровадження інноваційних підходів у веденні сільських господарств [1].

Однією з ключових тенденцій розвитку сільських зелених осель є екологізація та перехід до принципів сталого туризму. Власники таких осель все частіше намагаються відновлювати джерела енергії, організують сортування відходів, практикують органічне землеробство, розвивають концепцію «нульового відходу» та екобудівництво. Ці кроки не тільки сприяють збереженню довкілля, а й відповідають запитам сучасних туристів, які прагнуть відповідного та усвідомленого відпочинку [2].

Ще одним трендом є впровадження цифрових технологій у сферу сільського туризму. Створення веб-сайтів, мобільних додатків, використання соціальної мережі та онлайн-платформи для бронювання значно спрощує комунікацію між власниками села та туристами. Крім цього, сучасний турист очікує можливість швидкого бронювання, безконтактної оплати, доступу до віртуальних турів та детальної інформації про послуги. Крім того, персоналізація відпочинку стає все більш затребуваною – впровадження смарт-технологій, створення унікальних туристичних пакетів та індивідуалізованих програм дозволяє значно підвищити рівень комфорту гостей [3].

Розширення спектру туристичних послуг також є одним з аспектів розвитку сільських зелених осел. Крім традиційного агротуризму, який включає знайомство з фермерським господарством, погляд за тваринами та участь у сільськогосподарських роботах, власники села все пропонують новий вид туризму. До них належать гастрономічні тури, екотуризм, велотуризм, кінні маршрути, етнографічні та фольклорні програми, медитативний і wellness-відпочинок. Наприклад, дегустація місцевих продуктів, майстер-класи з приготування традиційних страв, знайомство з ремеслами та старовинними обрядами дозволяє туристам не тільки відпочити, а й отримати новий досвід і знання.

Ще одна тенденція, яка страждає на популярність сільських зелених осел, – зміни в туристичних запитах після пандемії COVID-19. Туристи стали більше цінувати приватність, безпеку та можливість відпочинку у невеликих групах або на одинці з природою. Це сприяє розвитку концепції *slow travel* (повільних подорожей), коли туристи прагнуть більше залишитися в одному місці, насолоджуючись природою, спілкуванням із місцевими жителями та зануренням у культурну спадщину регіону.

Щодо маркетингових стратегій, сучасні власники сільських зелених осель все активніше використовують методи цифрового маркетингу для залучення клієнтів. Соціальні мережі, блоги, платформи для бронювання, партнерство з тревел-блогерами та впливовими особами (інфлюенсерами) залишаються основними інструментами просування. Наприклад, інтерактивний контент, такий як відеоекскурсії, пряма трансляція подій, оповідання реальних гостей, значно підвищує довіру та інтерес до туристичного об'єкта [4].

Сучасні тенденції у сфері сільських зелених осель свідчать про зростаючий попит на екологічний, комфортний та автентичний відпочинок. Основними векторами розвитку є екологізація, цифровізація, розширення спектру туристичних послуг та співпраця з місцевими громадами. Інтеграція новітніх технологій, сталий підхід до використання ресурсів та розвиток унікальних туристичних пропозицій сприяють підвищенню конкурентоспроможності зеленого туризму. Таким чином, сільські оселі не тільки задовольняють запити сучасних туристів, а й розвивають важливу роль у сталому.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Закон України «Про туризм» № 1282-ХІІ від 15.09.1995 р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1282-12>

2. Гончаренко В. В. Розвиток сільського зеленого туризму в Україні: тенденції та перспективи // Економіка і прогнозування. 2021. №3. С. 105-112.
3. Петренко О. А., Сидоренко Л. П. Інноваційні підходи до організації сільського туризму в умовах цифрової економіки // Вісник аграрної науки. 2022. Т. 10, №4. С. 55-68.
4. Ковальчук Л. М. Сільський зелений туризм: теоретико-методологічні основи та практичний досвід. – Київ: Центр учбової літератури, 2020. – 280 с.

Науковий керівник: к. т. н., доцент Микицей Т. Д.

## **ЗАСТОСУВАННЯ ТЕХНОЛОГІЙ VR ТА AR У СФЕРІ ГОСТИННОСТІ**

**МИХАЛЮК Олег,**

*здобувач освітнього ступеня «Бакалавр»*

*спеціальності «Готельно-ресторанна справа»,*

*Київський фаховий коледж туризму та готельного господарства, м. Київ*

У сучасному світі, технологічний прогрес постійно набирає обертів, так само як і вимоги гостей до рівня сервісу. Готелі та готельні ланцюги завжди намагаються впроваджувати новинки у свою діяльність, змагаючись за увагу та прихильність гостей. Однією із таких можливостей, яку вже можна впровадити є застосування технологій VR (virtual reality) та AR (augmented reality) для об'єднання їх у MR (mixed reality) [1] та подальшого використання як окремої послуги в готелях.

Віртуальна реальність – це сучасна технологія, що дозволяє створювати вигадані світи або імітувати реальність та дає можливість людині (користувачеві) взаємодіяти зі створеним середовищем за допомоги спеціального програмного забезпечення (ПЗ) та пристроїв (гаджетів). [2]

Сутність технології доповнена реальність (AR, Augmented Reality) полягає у накладанні цифрової інформації на реальність. Можливості доповненої реальності активно застосовуються у сучасному світі, зокрема, у сфері освіти, маркетингу, ігровій індустрії. [2]

Один з варіантів застосування таких нововведень за допомогою віртуальної реальності у режимі реального часу є туризм та сфера гостинності. В цьому допоможуть камери, які здатні транслювати відеозображення у форматі 360 градусів в окуляри віртуальної реальності. Суть полягає у тому, що біля пам'яток архітектури, чи інших важливих туристичних destinations, або пейзажних місць встановлюються камери, що охоплюють певний периметр і дозволяють користувачам приєднатись до них, та роздивитись об'єкт чи місце в прямому ефірі. Переваги 360 камер полягає у тому, що вони показують великий периметр, що в парі з окулярами віртуальної реальності

дозволяє декільком людям одночасно дивитись у різні сторони, не заважаючи один одному. Камери, можуть бути як стаціонарні, так і компактні, мобільні. В місцях туристичного інтересу можуть бути встановлені камери, ціль яких – це постійне транслявання зображення, а невеликі камери, можуть використовуватись гідами, для проведення екскурсій.

Готель може обрати визначні пам'ятки, які матимуть найбільший коефіцієнт відвідування серед туристів, та з дозволу міської адміністрації зможуть встановити камери. Особливий потенціал мають готельні франшизи, оскільки вони можуть створити свою мережу камер, що розташовані в різних місцях світу, і визначні пам'ятки у іншій країні може дивитись людина, яка, наприклад, території своєї батьківщини навіть не покидала. Це матиме цікавий туристичний потенціал для тих, хто не має бажання, фінансів, або можливості виїхати до іншої країни, але все ще хоче культурної програми. Також окрім стаціонарних камер, можна використовувати переносні, які будуть використовуватись туристичними гідами. Люди зможуть побувати на екскурсії витрачаючи менше як фінансового так і фізичного ресурсу, оскільки довгі тури займатимуть багато сил. Контроль за камерами відбуватиметься дистанційно з моніторингового центра при готелі, також майстри за потреби проводитимуть технічне обслуговування камер.

Перевагою цього проєкту є низька конкурентність. Існують компанії та підприємства, які роблять туристичні відео для замовників та компаній в режимі VR, але ця послуга відрізняється можливістю багаторазового використання. Одне й те саме місце може виглядати по різному в залежності від години дня, погоди та пори року, а тому кожне повторне підключення буде мати свою новинку в порівнянні з переглядом заздалегідь змонтованого відео.

Цю послугу можна для початку впровадити в одному з готелів, для перевірки попиту гостей на такий вид послуг, у випадку, якщо такий віртуальний туризм сподобається гостям, це можна буде впроваджувати до інших готелів мережі, а у випадку надзвичайно великого попиту, створення окремої туристичної фірми, яка займатиметься саме віртуальним туризмом.

Будь який підприємець має усвідомлювати, що при впровадженні таких інновацій є як можливості, так і ризики, але у випадку коли такі інновації привертають увагу – це великий крок як репутаційний, так і фінансовий для підприємства.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Визначення понять: доповнена, змішана та розширена реальності. URL: <https://www.imena.ua/blog/what-is-ar-vr-mr-xr/> (дата звернення: 28.02.2025).
2. Музей науки Львів. URL: <https://museumlviv.com/virtualna-realnist-vr-ta-dopovнена-realnist-shho-tse-take/> (дата звернення: 28.02.2025).

Науковий керівник: к. п. н., доцент Земліна Ю. В.

## **УДОСКОНАЛЕННЯ ЗАСТОСУВАННЯ МЕТОДІВ УПРАВЛІННЯ В ПІДПРИЄМСТВІ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАНОГО ГОСПОДАРСТВА**

**МОВЧУН Володимир,**

*здобувач освітнього ступеня «Бакалавр»*

*спеціальності «Готельно-ресторанна справа»,*

*Національний університет біоресурсів і природокористування України, м. Київ*

Сучасний готельно-ресторанний бізнес є динамічним та конкурентним середовищем, у якому ефективно управління відіграє ключову роль у досягненні успіху. Вдосконалення методів управління дозволяє підприємствам оптимізувати внутрішні процеси, підвищити рівень сервісу, знизити витрати та забезпечити стабільний розвиток.

Готель «Tourist Hotel Kyiv» є прикладом закладу, який потребує оновлення підходів до управління задля збільшення прибутковості та покращення клієнтського досвіду.

Як і всі учасники бізнесу, готель знаходиться у постійному пошуку рішень, що сприятимуть його розвитку, і працює над удосконаленням використання методів управління на таких напрямках:

1. Задоволення потреб клієнтів – впровадження сучасних управлінських підходів забезпечує вищий рівень клієнтоорієнтованості, що сприяє лояльності споживачів.

2. Підвищення ефективності роботи підприємства – застосування сучасних методів управління допомагає зменшити витрати, покращити якість обслуговування та збільшити прибутковість.

3. Забезпечення конкурентоспроможності – ефективно управління дозволяє підприємству займати провідні позиції на ринку та адаптуватися до змін у споживчих уподобаннях.

4. Автоматизація бізнес-процесів – використання цифрових технологій та систем управління сприяє швидшому та точнішому виконанню операційних завдань.

5. Мотивація та розвиток персоналу – вдосконалені методи управління дозволяють формувати ефективну систему мотивації працівників, що позитивно впливає на продуктивність та рівень сервісу.

6. Екологічна, технологічна модернізація, соціальна відповідальність – вдосконалення – актуальний напрям управління еко-позицією готелю, адже сучасний споживач не тільки потребує власного комфорту, а і який вплив має підприємство на оточуюче середовище.

Для покращення управління готелем важливим є впровадження цифрових технологій. Використання спеціалізованого програмного забезпечення дозволяє автоматизувати процеси бронювання та управління номерами, що сприяє підвищенню зручності для гостей та оптимізації операційної діяльності. Також застосування онлайн-систем зворотного зв'язку допомагає

оперативно реагувати на відгуки клієнтів, що сприяє покращенню рівня сервісу. Додатково, впровадження чат-ботів та мобільних додатків полегшує комунікацію з гостями та сприяє підвищенню їхнього комфорту.

Оптимізація роботи персоналу також є ключовим напрямом розвитку. Важливо впровадити систему мотивації співробітників, яка сприятиме підвищенню рівня обслуговування. Регулярне навчання персоналу відповідно до новітніх стандартів гостинності забезпечить їхню професійну підготовку, а використання автоматизованих графіків роботи дозволить покращити ефективність розподілу робочого часу.

Розвиток маркетингових стратегій є необхідним кроком для збільшення популярності готелю. Використання цільової реклами в соціальних мережах дозволить залучити нових клієнтів, а впровадження спеціальних пропозицій та акцій сприятиме підвищенню їхньої лояльності. Співпраця з туристичними агентствами та організація партнерських програм дозволить розширити клієнтську базу та залучити нових відвідувачів.

Крім того, важливим напрямом розвитку є екологічна та соціальна відповідальність. Впровадження програм з енергозбереження та екологічних ініціатив сприятиме сталому розвитку підприємства. Зменшення використання пластику та впровадження роздільного збору відходів дозволить знизити негативний вплив на навколишнє середовище. Готель також може брати участь у соціальних проектах та підтримувати місцеві ініціативи, що сприятиме формуванню позитивного іміджу закладу.

Застосування інноваційних методів управління дозволяє готелю «Tourist Hotel Kyiv» покращити рівень обслуговування, оптимізувати операційну діяльність та підвищити ефективність бізнесу. Впровадження цифрових рішень, вдосконалення системи мотивації персоналу та розвиток маркетингових стратегій сприятимуть довготривалому успіху підприємства та задоволенню потреб сучасних туристів і бізнес-подорожуючих.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Ахмадеева Л. М., Гончаренко Л. П. Менеджмент готельно-ресторанного бізнесу. Київ: Центр навчальної літератури, 2021. 312 с.
2. Гуткевич С. О. Економіка і управління підприємствами готельно-ресторанного господарства. Київ: Кондор, 2020. 280 с.
3. Костюк С. В. Основи готельно-ресторанної справи. Львів: Новий світ, 2019. 245 с.
4. Крушельницька О. В. Інноваційні технології у сфері готельно-ресторанного бізнесу. Харків: Фактор, 2022. 198 с.

Науковий керівник: к. е. н., доцент Гопкало Л. М.

## ІННОВАЦІЙНІ ФОРМАТИ РОЗМІЩЕННЯ ТУРИСТІВ

**НАДОПТА Іван,**

*здобувач освітнього ступеня «Бакалавр»  
спеціальності «Туризм та рекреація»,  
Поліський національний університет, м. Житомир, м. Житомир*

**ТИЩЕНКО Світлана,**

*к. е. н., доцент, кафедри економіки, підприємництва та туризму,  
Поліський національний університет, м. Житомир*

Туризм по праву вважається глобальним соціально-економічним явищем сучасного світу. У практичному плані індустрія туризму, що бурхливо розвивається, використавши наявні резерви розвитку потребує нового імпульсу, пошуку інновацій для обґрунтування своїх позицій у конкурентній боротьбі.

Сучасне суспільство з кожним роком зазнає все більш значних змін, при цьому сфера туризму не є винятком. Слід зазначити, що починаючи з впровадження глобальних систем бронювання ця сфера завжди орієнтується на нові досягнення у галузі інформаційно-комунікаційних технологій.

Внесення інновацій у туристичні продукти допомагає тур агентам та туроператорам триматися на плаву в умовах жорсткої конкуренції, залучати нових клієнтів навіть у важкі для туризму часи, займати лідируючі позиції в туристичній промисловості, збільшувати прибуток. Завдяки впровадженню інновацій у сферу туризму для працівників з'являються нові робочі місця та можливості навчитися новому, а клієнти отримують можливість відпочивати з комфортом, не витрачаючи багато часу на шлях до місця розміщення, поєднувати роботу та відпочинок, не хвилюватися про безпеку та комфорт дітей під час подорожі.

Поява нових видів туризму зумовлена продуктовими інноваціями [1]:

- розробка нових турів, раніше невідомих на ринку. Їх розглядали як сільський, екологічний, пригодницький, підводний, круїзний та інші види туризму;
- створення ресурсів з новими цільовими характеристиками та привабливістю заздалегідь визначених об'єктів нерухомості та нових видів ресурсів для туристичного процесу. Співвідношення особливих класів природних та технологічних об'єктів (водосховища, ставки, лісопарки тощо).
- серйозно оцінюються перспективи розвитку техногенного, гірничого туризму (шахти, копальні, кар'єри);
- освоєння нових сегментів туристичного ринку, включаючи участь у туристичному русі нових природних середовищ (космос), територій екстремальних типів (пустелі, Антарктида, екваторіальні ліси). Розвиток туристичного ринку також може бути досягнуто за рахунок розширення

тимчасових рамок туристичного сезону та залучення нових цільових клієнтів (туризм «третьої ери», професійний груповий туризм);

- створення нових туристичних та рекреаційних зон. В даний час прогресивним видом туристичного продукту є тематичний парк, що поєднує безліч розважальних об'єктів зі наскрізними освітніми темами (парки Діснейленду у США, Франції, Японії та Німеччині). У Сахарі є приклади туристичних оаз, присвячених екстремальному, етнографічному, пригодницькому та розважальному туризму.

Серед основних та найбільш популярних видів туризму сьогодні є [2]:

- культурний або екскурсійний туризм, що включає відвідування історичних, культурних або географічних визначних пам'яток. Культурний туризм можна розділити на екскурсії, музеї та науку;

- рекреаційно-оздоровчий туризм – означає подорож на базу відпочинку біля моря, в горах або поїздки в місце з екологічно чистою та красивою природою для відпочинку та відновлення душевних та фізичних сил;

- релігійний туризм ґрунтується на релігійних потребах людей різних віросповідань. Релігійний туризм можна назвати найдавнішим виглядом, оскільки його коріння сягає незапам'ятних часів. Він має два основні різновиди: паломницький туризм та релігійний туризм екскурсійно-освітньої спрямованості.

Поява нових видів послуг, обумовлених науково-технічними досягненнями, створили нові можливості для організації туристичної діяльності, в т.ч. туристичних поїздок. При стабільному рівні доходів, який дає можливість подорожувати, стандартні туристичні програми починають набридати. В такому випадку у туристів виникає потреба у нових враженнях, які пропонують прогресивні туристичні агенції.

Сьогодні в туризмі особливої популярності набувають наступні туристичні тренди [3]:

1. Staycations (stay + holiday) «відпочинок поряд із будинком». Суть цієї тенденції полягає в тому, що все більше людей проводять відпустку у своїй країні чи регіоні. До війни чи пандемії це пояснювалося економічними проблемами домогосподарств та загальною глобальною нестабільністю, але після війни, такий відпочинок може стати основною тенденцією українців. Багато хто подорожує в межах своєї країни чи регіону. Також спостерігається тенденція до збільшення кількості поїздок на короткі відстані на автомобілі між регіонами.

2. Глемпінг. Ідея цієї тенденції полягає в тому, щоб запропонувати туристам, які відпочивають на природі, комфорт, подібний до готельного. Ще один важливий елемент філософії глемпінгу – персональне житло на випадок пандемії.

3. Робочі візити (робота + відпочинок). В умовах пандемії та війни фріланс перетворився на окремий вид діяльності і став корпоративною нормою, при якій працівнику не потрібно постійно перебувати в офісі, він

може поєднувати роботу та відпочинок на природі або (якщо кордони відкриті) подорожувати різними містами та країнами. Для цього необхідно лише підключення до Інтернету. Оператори розміщення також слідують цій тенденції і відкривають коворкінг-простори.

4. Відпочинок з дітьми. Ще до пандемії та війни попит на напрямки для сімейного відпочинку зростає. Свята повинні бути веселими, тому потрібна така інфраструктура, як простори для мам та тат, дитячі ігрові зони та кімнати з аніматорами.

5. Зміна бізнес-моделей міських готелів. Раніше міські готелі виживали завдяки діловому туризму. Але сьогодні багато керівників компаній та менеджери зрозуміли, що не обов'язково витрачати час та гроші на поїздку, коли можна все те саме обговорити в «ZOOM». Закриті кордони, комендантські години та інші обмеження також зводять до мінімуму потік ділових туристів. У зв'язку з цим міські готелі змушені перебудовувати свої бізнес-моделі і починати пропонувати послуги, які раніше для них не були характерними. Наприклад, тривале перебування гостей або здавання номерів під мініофіси. Деякі готелі спільно з ресторанами (в умовах обмеження роботи ресторанів) починають пропонувати оренду номерів під ресторанне обслуговування. Цей тренд явно носить не короткостроковий характер. Міським готелям доведеться перелаштовувати власну «продуктову лінійку», збільшувати кількість сервісів та послуг.

Отже, інновації відіграють ключову роль у розвитку сучасного туризму, забезпечуючи конкурентоспроможність та стійкість галузі в умовах змінних ринкових умов. Запровадження нових туристичних продуктів, використання сучасних інформаційно-комунікаційних технологій, створення екологічно орієнтованих послуг і адаптація до нових споживчих трендів сприяють залученню клієнтів і розширенню ринку. Важливими факторами є розвиток екотуризму, глемпінгу, staycations, а також інтеграція роботи та відпочинку. Усе це формує нові можливості для бізнесу, покращує якість туристичних послуг і забезпечує зростання туристичної індустрії.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Інноваційні технології у готельному господарстві : навч. посіб. / Н. М. Влащенко. Харків. нац. ун-т міськ. госп-ва ім. О. М. Бекетова. Харків : ХНУМГ ім. О. М. Бекетова, 2023. 150 с.
2. Чуєва І. О., Ніколаєва Л. Г., Косарева Н. М. Інноваційні технології туристичної діяльності на світовому ринку туристичних послуг. URL: [https://tourlib.net/statti\\_ukr/chuyeva.htm](https://tourlib.net/statti_ukr/chuyeva.htm)
3. Джинджоян В.В., Тесленко Т.В., Горб К.М. Інноваційні технології в туризмі та гостинності : навчальний посібник. Київ: Видавництво «Каравела», 2022. 340 с.

Науковий керівник: к. е. н., доцент Тищенко С. В.

# ВІДНОВЛЕННЯ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ УКРАЇНИ У ВІЙСЬКОВИЙ ЧАС: ЄВРОПЕЙСЬКИЙ ДОСВІД ТА АДАПТАЦІЙНІ СТРАТЕГІЇ

**НАУМЕНКО Єви,**

*здобувачка освітнього ступеня «Бакалавр»  
спеціальності «Готельно-ресторанна справа»,  
Київського національного університету технологій та дизайну, м. Київ*

Готельно-ресторанний бізнес є важливим сектором економіки України, який суттєво постраждав через війну. Основні виклики включають зниження туристичних потоків, руйнування інфраструктури, нестачу персоналу та економічну нестабільність. Водночас, його відновлення є ключовим для підтримки місцевих громад, розвитку економіки та інтеграції в європейський ринок гостинності.[3]

У 2025 році адаптація готелів та ресторанів до нових реалій ґрунтується на кризовому менеджменті, цифровізації та сталому розвитку. Досвід Балканських країн показує, що державна підтримка та міжнародні грантові програми відіграють вирішальну роль. В Україні діють програми, такі як USAID Competitive Economy Program та кредити за програмою 5-7-9%, що допомагають підприємцям відновлювати бізнес у відносно безпечних регіонах.

Через зміну туристичних потоків готелі та ресторани переорієнтовуються на внутрішнього споживача: ВПО, військових, волонтерів та міжнародні організації. У Львові та Ужгороді готелі трансформувалися в шелтери, у Києві та Одесі запроваджено формат коворкінгів із довготривалим проживанням. Ресторани спрощують меню, розширюють доставку та адаптуються до зниження купівельної спроможності.

Цифровізація стає важливим фактором відновлення. У 2024 році 75% бронювань в Україні здійснювались через онлайн-платформи, такі як Booking.com, Airbnb та Monobank Travel. Готелі впроваджують автоматизовані check-in/check-out системи, ресторани переходять на QR-меню та мобільні додатки. Впровадження блокчейну та NFT у програми лояльності допомагає залучати клієнтів, пропонуючи токенизовані бонуси та ексклюзивні привілеї.[1]

Європейський досвід свідчить, що екологічно відповідальні підприємства швидше відновлюються після криз. У 2025 році українські готелі все частіше отримують міжнародні сертифікати сталого туризму, такі як Green Key та ISO 14001, що підвищує їхню конкурентоспроможність. У Львівській області готелі переходять на альтернативні джерела енергії, що дозволяє скоротити комунальні витрати на 20-30%. Також активно впроваджується сортування відходів та зменшення використання пластику.

Зміна бізнес-моделей та диверсифікація стають ключовими для стійкого розвитку. Готелі поєднують послуги з медичним туризмом, бізнес-конференціями та культурними подіями. Наприклад, у Трускавці розширюється сегмент реабілітаційного туризму, а в Карпатах розвивається

workation – віддалена робота на природі. Ресторани тестують рор-ур концепти та мобільні фудтраки, мінімізуючи витрати на оренду приміщень.[2]

Основними викликами залишаються фінансові витрати, кадровий дефіцит та безпекові ризики. Реконструкція пошкоджених готелів потребує значних інвестицій, а через виїзд частини працівників за кордон гостро відчувається нестача кваліфікованого персоналу. Проте міжнародні партнери та державні програми сприяють підтримці сектору.

Попри труднощі, перспективи відновлення є позитивними. Використання європейського досвіду, цифрових технологій, сталого розвитку та диверсифікації дозволить українському готельно-ресторанному бізнесу не лише відновитися, а й сформувати нову бізнес-модель, конкурентну навіть на міжнародному рівні.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Даниленко-Кульчицька В. А. Вплив війни на готельно-ресторанний бізнес України // Індустрія туризму і гостинності в Центральній та Східній Європі. 2022. Вип. 6. С. 19-23. URL: [https://tourlib.net/statti\\_ukr/danylenko-kulchycka2.htm](https://tourlib.net/statti_ukr/danylenko-kulchycka2.htm) (дата звернення: 19.02.2025).
2. Охріменко А. Г., Таргонська Л. В. Виклики для готельно-ресторанного бізнесу під час війни // Сталий розвиток туризму на засадах партнерства: освіта, наука, практика : матеріали III Міжнар. наук.-практ. конф. (м. Львів, 23-24 листопада 2023 р.). Львів : ЛТЕУ, 2018. С. 84-87. URL: [https://tourlib.net/statti\\_ukr/ohrimenko3.htm](https://tourlib.net/statti_ukr/ohrimenko3.htm) (дата звернення: 20.02.2025).
3. Румянцева І. Б., Мендела І. Я. Готельна індустрія України в умовах воєнного часу // Hotel Industry of Ukraine in Wartime Conditions. Прикарпатський національний університет ім. В. Стефаника. 2024. URL: <https://reicst.com.ua/pmt/article/download/2024-11-12-02/2024-11-12-02/1049> (дата звернення: 20.02.2025).

## ІМІДЖ ТА РЕПУТАЦІЯ МЕРЕЖЕВОГО ГОТЕЛЮ «INTERCONTINENTAL KYIV»

**НЕЧИПОРЕНКО Дар'я,**

*здобувачка освітнього ступеня «Бакалавр»*

*спеціальності «Готельно-ресторанна справа»,*

*Національний університету біоресурсів і природокористування України, м. Київ*

Імідж та репутація готельного підприємства є критично важливими чинниками для його успіху та розвитку на сучасному ринку гостинності. В умовах високої конкуренції, успіх готелю залежить не тільки від якості наданих послуг, але й від здатності створити позитивне враження у клієнтів та побудувати надійну репутацію бренду.

Створення іміджу та репутації - це процес, який вимагає системного підходу та постійної роботи. Важливо розуміти, що імідж готелю формується через сукупність факторів: від якості сервісу, атмосфери, обслуговування до взаємодії з гостями та впровадження інновацій. З цього випливає необхідність стратегічного підходу до брендингу та репутаційного управління, які мають сприяти залученню нових та утриманню лояльних клієнтів.

Ключовими аспектами створення ефективного іміджу є:

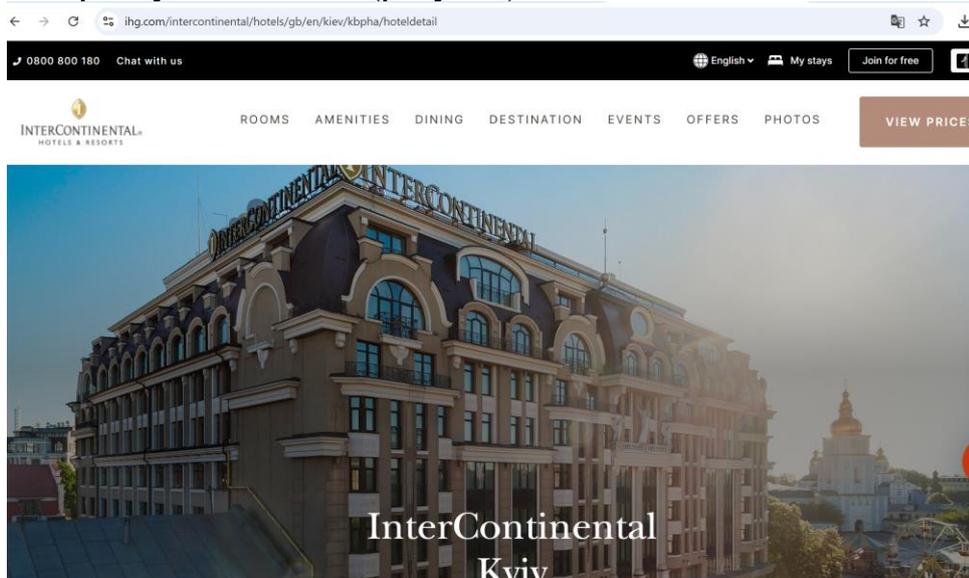
Якість сервісу та обслуговування клієнтів. Взаємодія персоналу з гостями та створення комфортних умов є основою для формування позитивного іміджу.

Комунікація та взаємодія з клієнтами. Усі етапи перебування гостя - від реєстрації до виїзду - мають бути організовані таким чином, щоб клієнт відчував свою важливість та задоволення від обслуговування.

Відповідальність і прозорість у діяльності готелю. Правильне управління кризовими ситуаціями та реакція на негативні відгуки впливають на репутацію.

Таким чином, імідж та репутація готелю мають безпосередній вплив на його успіх у конкуренції, тому важливо здійснювати постійний моніторинг і аналіз, а також розробляти та реалізовувати стратегії для підвищення ефективності репутаційного управління.

Готель «Inter Continental Kyiv» формує свій бренд завдяки комплексному підходу до сервісу, орієнтованому на індивідуальні потреби гостей. Використання сучасних технологій дозволяє аналізувати вподобання клієнтів і підвищувати рівень обслуговування. Створення незабутнього досвіду є важливим елементом стратегії, що включає програми лояльності та спеціальні пропозиції для постійних гостей. Оперативне реагування на відгуки та побажання клієнтів сприяє вдосконаленню сервісу й підсилює довіру до бренду, забезпечуючи його стабільну репутацію на ринку гостинності (рисунок).



Сьорінка офіційного сайту готелю «Inter Continental Kyiv»

Джерело: <https://www.ihg.com/intercontinental/hotels/gb/en/kyiv/kbpha/hoteldetail/gallery>

Репутація готелю «Inter Continental Kyiv» визначена не тільки вище визначеними аспектами, а і тими унікальними, значення яких підвищилось в умовах війни. Однією з ключових переваг в умовах сьогодення є наявність обладнаного укриття на глибині 12,5 метрів під землею, яке поділене на зони роботи, відпочинку та сну, що забезпечує комфортне перебування гостей під час повітряної тривоги.

Ще однією унікальною характеристикою готелю є конференц-зали, розташовані на мінус другому поверсі, на глибині 7,5 метрів під землею. Це дозволяє проводити ділові заходи без необхідності переривати їх під час сигналів повітряної тривоги, і вигідно відрізняє готель від конкурентів у м. Києві. У часи нестабільності така особливість дає можливість бізнесу та дипломатичним зустрічам відбуватися безперервно, що особливо важливо для міжнародних компаній та організацій.

Імідж готелю, як підприємства з унікальним архітектурним рішенням – трикутна форма, яка створює унікальні номери з вікнами, що виходять всередину готелю. Це забезпечує підвищений рівень безпеки для гостей у разі ракетної атаки. Такі особливості роблять «InterContinental Kyiv» одним із небагатьох готелів у місті, що може гарантувати не лише високий рівень сервісу, а й безпеку, яка стала важливим критерієм вибору готелю в умовах війни.

Комунікація та взаємодія з клієнтами – важливий аспект формування іміджу та репутації підприємства, який досягається шляхом:

- співпраці з інфлюенсерами та тревел-блогерами;
- використання SMM-стратегії: стильний контент, акції, історії гостей;
- впровадження програми лояльності з привілеями для постійних гостей.

Готель «Inter Continental Kyiv» постійно працює над покращенням сервісу та якості обслуговування, що підтверджує його ринковий імідж – «готелю, що піклується». А саме:

1. Впровадження системи персоналізованого сервісу (запам'ятовування вподобань гостей, привітання з особистими подіями) направлена на формування сталого сегменту ринку навіть в умовах війни.

2) Гості сьогодні дуже вразливі, більшість гостро реагує на найменші недоліки в обслуговуванні, і адміністрація готелю приділяє багато уваги регулярним навчанням персоналу стандартам та мистецтву гостинності.

3. Використання сучасних інформаційних технологій (мобільні додатки, чат-боти, швидкий онлайн-чекін) вже стало традиційними напрямками підтримки іміджу готелю, що рухається в ногу з наукою.

4. Робота з відгуками та репутацією онлайн, моніторинг відгуків в Google Maps, соціальних мережах, створення системи внутрішнього збору фідбеку через QR-коди, швидка та професійна відповідь на коментарі (як позитивні, так і негативні) забезпечує сталий зв'язок з споживачами, вчасне реагування на їх зауваження і пропозиції.

Готель «Inter Continental Kyiv» є представником одної з потужних мереж готельного бізнесу, яка ретельно формувала корпоративно відповідальну

репутацію учасника екологічного руху, соціальної політики суспільства, культурного розвитку. Так, щорічно готель «Inter Continental Kyiv» бере участь у благодійних проєктах (донати для ЗСУ, підтримка дитячих будинків, екологічні ініціативи); еко-програмах (зменшення пластику, переробка відходів, енергоефективність); організації заходів для місцевої спільноти (культурні вечори, бізнес-зустрічі, винні дегустації).

Таким чином, готель не лише підтримує свою репутацію, але й залишається привабливим місцем для гостей, зміцнюючи свій корпоративний бренд та підтверджуючи статус надійного партнера у сфері гостинності навіть у кризових умовах.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Пашенко О. П. Бренд-менеджмент підприємства: фактори успішності на ринку. Створення бренду. 2020. URL : <https://conf.ztu.edu.ua/wp-content/uploads/2017/06/175-1.pdf>
2. Смоліна О.М. Стратегічний розвиток брендингу суб'єктів готельного бізнесу. Інтелект XXI. 2020. №2. С. 195-202.
3. Як працює готельна франшиза? URL : <https://ribashotelsgroup.ua/blog/kak-rabotaet-gostinichnaya-franshiza/>
4. Офіційний сайт готелю «Inter Continental Kyiv» URL <https://www.ihg.com/intercontinental/hotels/gb/en/kyiv/kbpha/hoteldetail/gallery>

Науковий керівник: к. е. н., доцент Гопкало Л. М.

## ФОРМУВАННЯ СИСТЕМИ ІНКЛЮЗИВНИХ ПОСЛУГ В ПІДПРИЄМСТВІ ГОТЕЛЬНОГО ГОСПОДАРСТВА

**НИКІФОРЕНКО Людмила,**

*здобувачка освітнього ступеня «Бакалавр»*

*спеціальності «Готельно-ресторанна справа»,*

*Національний університет біоресурсів і природокористування України, м. Київ*

Інклюзивність у готельному господарстві є ключовим напрямом розвитку сучасної індустрії гостинності. Забезпечення доступності послуг для людей з обмеженими фізичними можливостями сприяє підвищенню рівня сервісу, розширенню клієнтської бази та зміцненню репутації готелю. Впровадження інклюзивних рішень відповідає міжнародним стандартам і формує соціально відповідальний бізнес. Окрім того, інклюзивний підхід допомагає інтегрувати людей з інвалідністю в суспільне життя та сприяє розвитку стійкого туризму, що охоплює всіх відвідувачів незалежно від їхніх фізичних можливостей [1].

Готелі повинні бути обладнані відповідно до принципів безбар'єрного простору, що включає просторі входи без порогів, наявність ліфтів, пандусів і поручнів, спеціально облаштовані номери та вбиральні. Важливим є також облаштування спільних зон, таких як ресторани, конференц-зали, басейни та тренажерні зали, щоб вони були доступними для всіх категорій відвідувачів. Використання тактильних елементів, контрастних позначок та звукових індикаторів допомагає гостям з порушеннями зору та слуху легше орієнтуватися у просторі, що створює комфортне середовище для їхнього перебування [2].

Новітні технології також сприяють покращенню доступності готельних послуг. Впровадження голосових асистентів для гостей із порушеннями зору, автоматичних дверей, цифрових інформаційних табло та мобільних додатків з адаптованими функціями забезпечує комфортне перебування для всіх відвідувачів. Наприклад, сучасні системи «розумний номер» дозволяють управляти освітленням, клімат-контролем та мультимедійними пристроями за допомогою голосових команд або мобільних додатків. Крім того, використання 3D-мап для орієнтації у великих готелях та аудіогідів у культурних і туристичних зонах сприяє підвищенню доступності послуг.

Окрім технічного забезпечення, важливим аспектом є навчання персоналу. Співробітники повинні мати навички спілкування з людьми з інвалідністю, включаючи знання жестової мови та етичних норм взаємодії. Додаткові послуги, такі як персональна допомога, адаптоване меню, виклик спеціалістів, а також можливість супроводу для людей із порушеннями зору або мобільності, створюють інклюзивну атмосферу та підвищують якість сервісу [1; 4].

Успішні приклади європейських країн демонструють важливість дотримання міжнародних стандартів безбар'єрності, які передбачають створення комфортного середовища для всіх категорій гостей, адаптацію будівель та інфраструктури відповідно до норм доступності та врахування потреб осіб з інвалідністю у всіх сферах готельного бізнесу. Наприклад, у Німеччині та Скандинавських країнах діють спеціальні програми сертифікації готелів за рівнем доступності. Готелі, що відповідають цим стандартам, отримують відповідні позначки, що допомагає туристам із особливими потребами вибирати найбільш зручні варіанти розміщення [3].

Інклюзивність у готельному господарстві є не лише соціальною відповідальністю, а й конкурентною перевагою. Впровадження безбар'єрних рішень сприяє підвищенню рівня сервісу, приваблює нових клієнтів та відповідає сучасним міжнародним стандартам. Готелі, які впроваджують інклюзивні технології та рішення, зміцнюють свою репутацію та роблять гостинність доступною для всіх. Окрім цього, розвиток інклюзивного середовища в готелях може стимулювати зростання соціального туризму, що сприяє загальному економічному розвитку туристичної галузі та підвищенню рівня соціальної інтеграції людей з обмеженими можливостями.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Європейські практики інклюзивного туризму: досвід для України URL: [http://fps-visnyk.lnu.lviv.ua/archive/43\\_2022/24.pdf](http://fps-visnyk.lnu.lviv.ua/archive/43_2022/24.pdf)
2. Закон України «Про основи соціальної захищеності осіб з інвалідністю в Україні» від 21 березня 1991 року № 875-XII. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/875-12#Text>
3. Інклюзивний туризм закордоном URL: [https://tourlib.net/statti\\_ukr/nechyporuk.htm](https://tourlib.net/statti_ukr/nechyporuk.htm)
4. Пам'ятка «Про правила комунікації із людьми з інвалідністю» URL: <https://knu.ua/pdfs/equal-opportunities/Pamyatka-pro-pravyla-komunikaciyi-iz-lyudmy-z-invalidnistyu.pdf>
5. Стандартні правила забезпечення рівних можливостей для інвалідів. Резолюція Генеральної Асамблеї ООН №48/96 прийнята на 48 сесії Генеральної Асамблеї ООН 20 грудня 1993 року. URL: <https://ud.org.ua/zakonodavstvo/mizhnarodni-dokumenti-ta-standarti/171-4896>

Науковий керівник: к. е. н., доцент Стретович О. А.

## АНАЛІЗ ДІЯЛЬНОСТІ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА В УМОВАХ ВІЙНИ

**ОБОДОВСЬКА Руслана,**

*здобувач освітнього ступеня «Бакалавр»*

*спеціальності «Готельно-ресторанна справа»,*

*Київський національний університет технологій та дизайну, м. Київ*

В умовах війни український готельно-ресторанний сектор зазнав значних змін. Військові дії, руйнування інфраструктури, масова евакуація населення, а також економічні труднощі стали викликами, які спричинили серйозні проблеми для багатьох підприємств цієї сфери. Проте, на прикладі готелю «Де Пари» в Києві можна побачити, як підприємство здатне адаптуватися до умов війни та зберегти стабільність, підтримуючи не лише власну діяльність, а й місцеву громаду.

### *1. Зниження туристичних потоків та нові категорії клієнтів.*

З початком війни спостерігалось різке скорочення внутрішнього та міжнародного туризму. Військові дії та загроза безпеки відштовхнули багатьох іноземних туристів, а також значно зменшили кількість внутрішніх подорожей. У цей час готельний сектор почав адаптуватися, змінюючи стратегічні акценти і орієнтуючись на нові категорії клієнтів.

Готель «Де Пари» змінив концепцію обслуговування, зосередивши увагу на довгострокових орендах для внутрішньо переміщених осіб (ВПО),

волонтерів, а також родин військових, що змушені були евакуюватися з гарячих точок. В умовах війни багато людей змушені були залишати свої домівки в пошуках прихистку в більш безпечних регіонах, і готель «Де Пари» надавав їм можливість тимчасового перебування.

Тимчасове житло, доступне за пільговими цінами, стало важливою послугою для багатьох. Окрім того, була організована безкоштовна допомога для найбільш вразливих категорій населення. Сьогодні готель «Де Пари» залишається одним з таких осередків, де зберігається атмосфера підтримки і допомоги для тих, хто переживає тяжкі часи через війну.

### *2. Економічні труднощі та адаптація стратегії управління*

Війна значно вплинула на фінансові результати багатьох готелів через зниження попиту, зростання вартості енергоресурсів, продуктів та інших необхідних матеріалів. Готель «Де Пари» зіткнувся з труднощами у збереженні стабільного рівня доходу, проте, за рахунок розробленої стратегії зниження витрат і оптимізації ресурсів, йому вдалося залишити на плаву свої фінансові показники.

Персонал готелю також пройшов через період адаптації. Оскільки багато співробітників потрапили до зони бойових дій або були призвані до армії, готель на певний період відчув нестачу кваліфікованих кадрів. У цей час відбулося значне скорочення кількості обслуговуючого персоналу, проте ті, хто залишився, були перепідготовлені для забезпечення високого рівня обслуговування гостей, незважаючи на надзвичайні умови.

Готель «Де Пари» також розробив стратегію управління витратами, намагаючись максимально зменшити неекономічні витрати. Для зниження вартості обслуговування були оптимізовані витрати на закупівлю продуктів і матеріалів, а також скорочено кількість неосновних послуг, що не є критичними в умовах воєнного часу.

### *3. Психологічна підтримка та безпека гостей*

Війна принесла велику кількість психологічних травм, які позначилися на емоційному стані як внутрішньо переміщених осіб, так і тих, хто залишався в столиці. Готель «Де Пари» розумів важливість психологічної підтримки для своїх клієнтів і надавав їм можливість отримати консультації від професійних психологів.

Оскільки Київ знаходиться в зоні підвищеного ризику, одна з ключових проблем, що постала перед готелем, полягала в забезпеченні безпеки для гостей. Готель був змушений впровадити ряд нових заходів безпеки, включаючи облаштування укриттів та створення процедур для швидкої евакуації під час повітряних тривог. Безпека номерів та належне інформування гостей про дії під час загрози стали важливими аспектами діяльності готелю.

Персонал також проходив спеціальні тренінги для забезпечення спокою і безпеки гостей, особливо в критичних ситуаціях. Така готовність до надзвичайних обставин стала важливою частиною підтримки морального клімату в готелі.

#### *4. Ресторанний бізнес: нові стратегії та адаптація до умов війни*

В умовах економічної нестабільності готельний ресторан також був змушений адаптуватися до нових реалій. Перш за все, змінився склад меню. Для того, щоб зберегти низькі витрати та стабільність роботи, ресторан почав використовувати локальні продукти, що дозволяло уникнути труднощів з постачанням імпортованих товарів. Страви готувалися з продуктів, доступних на внутрішньому ринку, що дозволяло значно знизити витрати на закупівлі.

Окрім того, ресторан почав активно взаємодіяти з організаціями, які працюють з постраждалими від війни, волонтерами та гуманітарними фондами. Було організовано ряд акцій і спеціальних пропозицій, де частина доходу йшла на підтримку військових або мирних жителів, що постраждали в результаті війни.

Одним з найбільших досягнень ресторану стало проведення серії благодійних сніданків і обідів для переселенців, військових та волонтерів. Це дозволяло готелю не тільки надавати підтримку, а й підвищити свою популярність серед місцевих жителів, які мали потребу в підтримці та допомозі в цей важкий період.

#### *5. Соціальна відповідальність та роль готелю в підтримці громади*

Готель «Де Пари» активно підтримував соціальні ініціативи і не залишався осторонь від важких випробувань, з якими стикалася українська нація. В умовах війни готель не тільки продовжував свою господарську діяльність, а й став важливим соціальним центром для місцевої громади. У готелі проводились благодійні заходи, організовувались збори на підтримку армії, а також надавалася матеріальна і психологічна допомога мирним жителям.

Готель надавав притулок родинам, що втратили свої домівки, постійно розміщував переселенців і організовував зустрічі для тих, хто прагнув допомогти постраждалим від війни. Так, за час війни готель став центром збору гуманітарної допомоги, що сприяло зміцненню взаємодії між бізнесом і місцевою громадою.

#### *6. Маркетинг і комунікації в умовах війни*

1. Інформування через соціальні мережі та онлайн-платформи В умовах війни готель активно використовував соціальні мережі для комунікації з клієнтами. Оскільки більшість людей не мали можливості або бажання виходити з дому через безпекові причини, важливим каналом для інформування клієнтів стали платформи на кшталт Instagram, Facebook, а також власний вебсайт готелю. Активна онлайн-кампанія допомогла підтримувати контакт із вже наявними клієнтами та залучати нових.

2. Рекламні ініціативи на підтримку місцевих ініціатив Готель також започаткував рекламні кампанії, орієнтуючись на популяризацію соціальних ініціатив, які він підтримував, зокрема збір коштів для армії та допомогу переселенцям. Це дозволяло не лише підвищити лояльність клієнтів, але й привернути увагу до важливих соціальних проблем.

## 7. Використання технологій для адаптації до нових умов

1. Автоматизація процесів для зниження фізичних контактів Одним із важливих етапів адаптації стало впровадження нових технологій в роботу готелю. Готель «Де Пари» впровадив автоматизацію для зменшення фізичних контактів під час реєстрації та оплати послуг. Гості могли скористатися мобільними додатками для замовлення послуг безпосередньо з номерів, що зменшило потребу в особистому контакті та зробило перебування більш комфортним.

2. Інтеграція нових сервісів для підтримки безпеки Окрім того, для підвищення безпеки готель став використовувати нові технології відеоспостереження та системи моніторингу, які допомогли створити більш безпечне середовище для гостей та персоналу.

## **КОНЦЕПТУАЛЬНЕ ОБҐРУНТУВАННЯ ДИТЯЧОГО ОЗДОРОВЧОГО КОМПЛЕКСУ НА 20 НОМЕРІВ**

**ОСТАПЧЕНКО Олександр,**

*здобувач освітнього ступеня «Бакалавр»*

*спеціальності «Готельно-ресторанна справа»,*

*Національний університет біоресурсів і природокористування України, м. Київ*

Розробка концептуального обґрунтування дитячого оздоровчого комплексу на 20 номерів є важливим завданням, що враховує сучасні підходи до організації дитячого відпочинку та реабілітації. Дитячі оздоровчі заклади відіграють значну роль у зміцненні здоров'я, фізичному розвитку та психологічній адаптації дітей, тому проектування такого комплексу повинно ґрунтуватися на принципах безпеки, комфорту та ефективності лікувально-оздоровчих заходів.

Одним із ключових аспектів проектування дитячого оздоровчого комплексу є визначення його функціонального призначення та структури. Комплекс на 20 номерів передбачає можливість одночасного розміщення до 40 дітей (при двомісному розміщенні) та повинен включати основні інфраструктурні елементи: спальні приміщення, їдальню, медичний блок, реабілітаційний центр, спортивно-оздоровчу зону, розважальні простори та адміністративні приміщення.

Архітектурне рішення має відповідати нормативним вимогам щодо будівництва та експлуатації дитячих оздоровчих закладів, враховуючи безбар'єрність та екологічну безпеку матеріалів. Особливу увагу слід приділити системі вентиляції, освітленню та шумоізоляції приміщень, щоб створити комфортні умови для дітей. Номери повинні бути облаштовані з урахуванням вікових особливостей дітей, забезпечуючи належний рівень комфорту та безпеки [2, с. 174].

Оздоровчий компонент комплексу повинен включати спеціальні процедури, спрямовані на зміцнення імунітету, покращення функціонування дихальної, серцево-судинної та опорно-рухової систем. До таких заходів можуть входити фізіотерапія, масаж, лікувальна фізкультура, водні процедури (басейни, душі Шарко), а також спеціалізовані програми для дітей із хронічними захворюваннями. Медичний персонал повинен бути укомплектований відповідно до стандартів, зокрема мати лікарів-педіатрів, фізіотерапевтів, дієтологів та психологів.

Раціональне харчування є одним із ключових аспектів оздоровлення дітей. Харчоблок комплексу має відповідати санітарно-гігієнічним нормам та забезпечувати збалансоване меню з урахуванням вікових потреб та медичних показань. Використання органічних продуктів, мінімізація рафінованих цукрів та насичених жирів сприятиме зміцненню здоров'я дітей.

Фізична активність у комплексі має бути організована через спеціальні програми, що включають спортивні ігри, заняття на відкритому повітрі, тренування в спортивних залах, йогу, танці, плавання та інші форми активного дозвілля. Важливою частиною є психологічний комфорт дітей, який досягається завдяки організації культурно-розважальних заходів, арт-терапії, театральних та музичних гуртків, а також індивідуальної та групової психологічної підтримки.

Ландшафтний дизайн території повинен сприяти релаксації та емоційному відновленню дітей. Наявність зелених зон, прогулянкових доріжок, дитячих майданчиків та сенсорних садів сприятиме створенню гармонійного середовища. Важливим є екологічний аспект: комплекс має бути енергоефективним, використовувати альтернативні джерела енергії (сонячні батареї, вітрові генератори), систему очищення води та утилізації відходів [1, с. 42].

Організація безпеки дітей передбачає цілодобову охорону території, систему відеоспостереження, наявність протипожежних заходів та евакуаційних виходів відповідно до будівельних норм. Персонал комплексу повинен пройти спеціальну підготовку щодо надання першої допомоги, а також забезпечення психологічної підтримки дітей у кризових ситуаціях.

Отже, дитячий оздоровчий комплекс на 20 номерів має базуватися на комплексному підході до оздоровлення дітей, поєднуючи медичну, фізичну, психологічну та освітню складові. Дотримання сучасних стандартів якості, екологічності та безпеки дозволить створити комфортне та ефективне середовище для оздоровлення дітей, що сприятиме їхньому всебічному розвитку та гармонійному фізичному та психічному стану.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Готельна справа. Конспект лекцій: У 2 ч. Укл. Г.Я. Круль. Чернівці: Рута, 2008. Частина 2. 68 с.
2. Гришук М.В. Основи охорони праці : підруч. для студ. вищ. навч. закл. Київ : Кондор. 2007. 238 с.

Науковий керівник: к. е. н., доцент Микицей Т. Д.

## **АНАЛІЗ МЕХАНІЗМУ ДЕРЖАВНОГО РЕГУЛЮВАННЯ СФЕРИ ГОСТИННОСТІ В УКРАЇНІ**

**ПІДРЕЙКО Андрій,**

*здобувачка освітнього ступеня «Бакалавр»*

*спеціальності «Готельно-ресторанна справа»,*

*Національний університет біоресурсів і природокористування України, м. Київ*

У сучасних умовах стрімкого розвитку економіки та зростання конкуренції у готельно-ресторанному бізнесі питання аналізу ринку та виявлення споживчих потреб набуває особливої ваги. Зміни в поведінці споживачів, зростання вимог до якості обслуговування, а також вплив зовнішніх економічних та соціальних факторів змушують підприємства адаптувати свої стратегії, що підкреслює необхідність застосування сучасних методів аналізу ринку. Дослідження в цьому напрямку сприятиме вдосконаленню сервісу, оптимізації операційної діяльності та зміцненню конкурентних позицій.

Основними компонентами дослідження ринку є збір та обробка даних, аналіз конкурентного середовища, сегментація ринку та прогнозування тенденцій. Використання як кількісних (статистичний аналіз, моделювання попиту) так і якісних методів (фокус-групи, опитування) дозволяє отримати комплексну картину ринкової ситуації.

Комплексне застосування різноманітних підходів дозволяє не тільки отримувати достовірну інформацію про поточну ситуацію на ринку, а й прогнозувати зміни в поведінці споживачів, що сприяє своєчасному прийняттю управлінських рішень.

Законодавча база у сфері готельно-ресторанного бізнесу включає нормативно-правові акти, що регламентують діяльність підприємств даної галузі. До них належать [1-3]:

Закони про туризм та гостинність,

Регулювання питань безпеки харчових продуктів,

Норми державного контролю та ліцензування діяльності.

Правильне застосування та дотримання законодавчих вимог забезпечує не лише відповідність бізнесу нормативним стандартам, але й створює основу для впровадження інноваційних методів аналізу ринку, що враховують правове середовище діяльності.

Фінансово-економічні механізми є важливим інструментом для стимулювання інновацій та модернізації підприємств готельно-ресторанного бізнесу. Державні та приватні програми фінансування виступають потужною інвестиційною підтримкою, сприяючи впровадженню сучасних технологій аналізу ринку та автоматизації збору даних, що дозволяє підприємствам знижувати ризики, пов'язані з інвестиціями в новітні технології. Одночасно, податкові пільги та субсидії стимулюють впровадження інновацій, оптимізацію операційних процесів та підвищення якості послуг, знижуючи

витрати на дослідження та розробки і сприяючи модернізації бізнес-процесів. Використання сучасних методів фінансового аналізу дозволяє точно оцінити економічну ефективність впровадження нових маркетингових стратегій і адаптивних методів управління, що сприяє підвищенню фінансової стабільності підприємств та їх конкурентоспроможності.

Адміністративні механізми забезпечують організаційне та управлінське супроводження процесів аналізу ринку і виявлення споживчих потреб. Вони включають регулювання та моніторинг діяльності підприємств, що реалізується через створення державних та регіональних центрів збору інформації про ринкові тренди, а також стандартизацію процесів через розробку стандартів та протоколів для проведення маркетингових досліджень і аналізу даних, що сприяє підвищенню якості досліджень. Крім того, підвищення кваліфікації персоналу шляхом організації навчальних програм і семінарів для управлінців та маркетологів дозволяє впроваджувати новітні технології аналізу ринку та забезпечує ефективне управління даними.

Інтеграція сучасних методів аналізу ринку з урахуванням законодавчих, фінансово-економічних та адміністративних механізмів є ключем до підвищення ефективності та конкурентоспроможності готельно-ресторанного бізнесу. Застосування комплексного підходу дозволяє не лише оперативно реагувати на зміни ринкових умов, але й формувати стратегії довгострокового розвитку, що сприяють підвищенню якості обслуговування та задоволеності споживачів.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Закон України «Про туризм» від 15 вересня 1995 р. № 324/95-ВР. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/main/324/95-вр>
2. Аналітичне дослідження втрат туристичної індустрії від війни в Україні URL:<https://nto.ua/assets/files/ntou-library-war-Impact-analysis.pdf>
3. Угода про асоціацію між Україною та Європейським Союзом. URL: [https://zakon.rada.gov.ua/laws/main/984\\_011](https://zakon.rada.gov.ua/laws/main/984_011)

Науковий керівник: к. е. н., доц. Гопкало Л. М.

## **SMM, SEO ТА КОНТЕНТ-МАРКЕТИНГ У ГОТЕЛЬНОМУ БІЗНЕСІ: ЯК З ЦИМ ПРАЦЮЄ NILTON KYIV**

**ПОВОРОЗНЮК Софія,**

*здобувачка освітнього ступеня «Бакалавр»*

*спеціальності «Готельно-ресторанна справа»,*

*Національного університету біоресурсів і природокористування України, м. Київ*

Сучасний готельний бізнес неможливий без ефективного використання цифрового маркетингу, який включає SMM, SEO та контент-маркетинг. Ці

інструменти дозволяють не лише залучати нових клієнтів, а й формувати довготривалу лояльність до бренду. Готель Hilton Kyiv як частина глобальної мережі Hilton активно використовує цифрові маркетингові стратегії для підтримки конкурентоспроможності та підвищення рівня обслуговування гостей.

SMM (social media marketing) або маркетинг у соціальних мережах – це використання соцмереж для досягнення бізнес-цілей. SMM допомагає сфері гостинності у просуванні готельних послуг, адже сучасні споживачі шукають інформацію про готелі саме в соціальних мережах. До того ж людям не завжди хочеться спілкуватися з менеджером телефоном. Шлях має бути максимально комфортним для клієнта – бажано – вдома, з телефоном у руці та менеджером, готовим відповісти на будь-які запитання online. Hilton Kyiv активно веде свої сторінки в Instagram, Facebook, YouTube та X (Twitter), використовуючи якісний візуальний контент для демонстрації інтер'єрів, послуг та відгуків гостей.

Переваги SMM-просування:

- зміцнення довіри;
- інформування клієнтів. новий продукт, цікава акція, новини компанії – аудиторії зручно стежити за всім цим за допомогою телефону;
- підвищення впізнаваності та лояльності до бренду;
- спрощення спілкування.

Що тісніший зв'язок з аудиторією – то комфортніше клієнту [1].

SEO – це вдосконалення сайту для пошукових систем та користувачів, що відбувається шляхом проведення заходів по внутрішній (все що стосується сторінок сайту) та зовнішній (підвищення авторитету в очах пошукової системи) оптимізації. SEO також є частиною цифрового маркетингу Hilton Kyiv. Висока позиція сайту готелю у пошукових системах забезпечує значний потік потенційних гостей. Оптимізація контенту, правильне використання ключових слів, технічне вдосконалення сайту та мобільна адаптація – усе це сприяє покращенню видимості готелю в Google.

Переваги SEO оптимізації: Ненав'язливість; Лояльність; Тривалий результат; Низька вартість [2].

Контент-маркетинг допомагає вибудовувати довгострокові взаємовідносини з цільовою аудиторією. З його допомогою залучають потенційних клієнтів і утримують існуючих [3]. Контент-маркетинг є основою довгострокової комунікаційної стратегії Hilton Kyiv. Готель активно веде блог на своєму офіційному сайті, публікуючи корисні матеріали про туристичні можливості Києва, рекомендації для бізнес-мандрівників та історії успішного досвіду гостей. Крім того, є відеоконтент, який створює атмосферу готелю та демонструє його унікальні переваги [4].

Hilton Kyiv також активно співпрацює з інфлюенсерами та тревел-блогерами, які через особисті рекомендації створюють довіру до бренду. Такі партнерства сприяють розширенню аудиторії та залученню нових клієнтів. Відгуки гостей у соціальних мережах і на спеціалізованих платформах, таких

як TripAdvisor [5] та Google Reviews, чи не найбільше впливають на маркетинг, оскільки позитивний досвід клієнтів значно вказує на репутацію готелю.

Загалом, комплексне використання SMM, SEO та контент-маркетингу дозволяє Hilton Kyiv ефективно взаємодіяти з цільовою аудиторією, підвищувати впізнаваність бренду та забезпечувати стабільний потік гостей. У сучасних умовах цифрової економіки успішні маркетингові стратегії у сфері гостинності вимагають гнучкості, аналітичного підходу та інтеграції передових технологій у всі етапи взаємодії з клієнтами.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Що таке SMM і як працює маркетинг у соціальних мережах. Гайд для початківців URL: <https://netpeak.net/uk/blog/shcho-take-smm-i-yak-pratsyue-marketing-u-sotsial-nikh-merezhakh-gayd-dlya-pochatkivtsiv/>
2. Що таке SEO оптимізація сайту + переваги SEO URL: <https://bevisible.com.ua/blog/scho-take-seo/>
3. Онлайн-платформа з усіма необхідними інструментами для маркетологів SendPulse URL: <https://sendpulse.ua/support/glossary/content-marketing>
4. Офіційний сайт готелю Hilton Kyiv <https://www.hilton.com/en/hotels/kbphihi-hilton-kyiv/>
5. Офіційна сторінка Tripadvisor [https://www.tripadvisor.com/Hotel\\_Review-g294474-d3504611-Reviews-Hilton\\_Kyiv-Kyiv.html](https://www.tripadvisor.com/Hotel_Review-g294474-d3504611-Reviews-Hilton_Kyiv-Kyiv.html)

Науковий керівник: к. е. н., доцент Гопкало Л. М.

## АВТОМАТИЗАЦІЯ ПРОЦЕСІВ ОБСЛУГОВУВАННЯ ГОСТЕЙ ЗА ДОПОМОГОЮ РОБОТОТЕХНІКИ

**ПОЛЮХОВИЧ Анастасія,**

*здобувачка освітнього ступеня «Бакалавр»  
спеціальності «Готельно-ресторанна справа»,  
Уманський національний університет садівництва, м. Умань*

Сучасна індустрія гостинності перебуває на етапі трансформації, спричиненої впровадженням інноваційних технологій. Одним із ключових напрямів розвитку є автоматизація процесів обслуговування гостей за допомогою робототехніки. Використання роботизованих систем у готелях та ресторанах сприяє підвищенню ефективності операційної діяльності, зменшенню витрат, покращенню якості сервісу та підвищенню рівня задоволеності клієнтів.

Роботи та автоматизовані пристрої вже сьогодні виконують широкий спектр функцій: від реєстрації гостей і доставки багажу до приготування їжі та обслуговування в ресторанах. Інтеграція штучного інтелекту та машинного навчання дозволяє роботам адаптуватися до потреб гостей, персоналізувати

взаємодію та підвищувати стандарти обслуговування. Крім того, автоматизація сприяє забезпеченню безконтактного обслуговування, що є особливо актуальним у період пандемій та інших кризових ситуацій.

Актуальність дослідження обумовлена стрімким розвитком робототехніки та необхідністю адаптації підприємств готельно-ресторанного бізнесу до нових реалій. Мета статті – проаналізувати сучасні тенденції використання робототехніки в індустрії гостинності, визначити її переваги та виклики, а також оцінити перспективи подальшого розвитку автоматизованих сервісних технологій.

Сучасні технології робототехніки в сфері гостинності дуже активно розвиваються, що дозволяє підвищити якість обслуговування, оптимізувати витрати та зменшити навантаження на персонал. До сучасних технологій робототехніки у сфері гостинності наразі можна віднести: роботи для доставки їжі і напоїв, чат-боти і голосові асистенти, роботизовані рецепціонери, автоматизація кімнатних послуг, дрони для доставки. Автономні роботи використовуються для доставки їжі до номерів, а також для обслуговування ресторанів. Ці роботи можуть переміщатися по коридорах готелів, автоматично обходячи перешкоди [1]. Чат-боти та голосові асистенти (на базі технологій штучного інтелекту) надають гостей інформацію про послуги готелю, допомагають з бронюванням, відповідають на запитання та можуть взаємодіяти з гостями 24/7. В деяких готелях встановлені роботи, які приймають гостей, реєструють їх та надають інформацію про послуги. Наприклад, робот «Pepper» вже використовується в декількох готелях світу. Системи управління освітленням, кондиціонуванням, та іншими елементами кімнат можуть бути пов'язані з роботизованими системами, що дозволяють контролювати ці параметри через смартфон або голосові команди. У деяких закладах використовуються дрони для доставки малих предметів, таких як меню, документи або лікарські засоби [2].

Готель Henn-na Hotel, розташований у Японії, відомий тим, що більшість його персоналу складається з роботів. Тут автоматизовано майже всі процеси, від роботи рецепціонерів до доставки багажу. Мережа Marriott International активно використовує роботів для доставки їжі та багажу, а також застосовує чат-ботів для онлайн-підтримки клієнтів. У готелях Yotel у Нью-Йорку та Лондоні роботизовані системи виконують функції зберігання та доставки багажу. Гості можуть залишати свої речі у спеціально обладнаному сховищі, що значно спрощує процес. У Crowne Plaza в Швеції працює робот Botlr, який доставляє гостям предмети першої необхідності, такі як зубна паста, зарядні пристрої тощо. Деякі кав'ярні Starbucks також інтегрували роботизовані системи для приготування напоїв, особливо в закладах із доставкою, що дозволяє значно прискорити обслуговування клієнтів [3].

Технології розпізнавання облич можуть суттєво змінити рівень персоналізації сервісу в готельно-ресторанному бізнесі. Вони дають змогу ідентифікувати гостей і автоматично налаштувати параметри їхнього перебування, такі як температура в кімнаті чи рівень освітлення, без потреби у додаткових запитаннях. Автономні транспортні роботи відіграють все

більшу роль у сфері автоматизації, забезпечуючи перевезення багажу, продуктів і обладнання між різними зонами готелю [4].

Все більшої популярності набувають віртуальні консьєржі, які здатні надавати персоналізовані рекомендації щодо місцевих заходів, ресторанів і туристичних маршрутів. Іншим важливим напрямом розвитку є автоматизація приготування їжі. Такі роботизовані кухарі, як Moley Robotics, значно спрощують процес приготування страв у готельних ресторанах, забезпечуючи стабільну якість та швидкість обслуговування.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Maria Kapsali, Dimitrios Buhalis (2019) Robotics and artificial intelligence in hospitality: a review of current applications and future directions. Journal of Hospitality and Tourism Technology. <https://doi.org/10.1108/JHTT-03-2018-0016>
2. Постова В.В. Перспективи впровадження інтелектуальної автоматизації в ресторанний бізнес в умовах післявоєнного відновлення України. Економіка і суспільство. Випуск № 49. 2023. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-49-41>
2. 3.Siew Meng Leong, Chai Wah Wu (2020) The Role of Service Robots in the Hospitality Industry: A Systematic Literature Review. International Journal of Contemporary Hospitality Management. <https://doi.org/10.1108/IJCHM-07-2019-0547>
3. Тимчук С. В., Нецадим Л. М. Підвищення економічної ефективності управління якістю послуг підприємств сфери обслуговування туристів. Інфраструктура ринку. 2022. №66. URL:<http://www.market-infr.od.ua/uk/66-2022>.

Науковий керівник: к. е. н., доцент Тимчук С. В.

## ОРГАНІЗАЦІЯ ОБСЛУГОВУВАННЯ СПОЖИВАЧІВ У ГОТЕЛЯХ ТА ШЛЯХИ ЇЇ УДОСКОНАЛЕННЯ

**ПОМІНЧУК Владислав,**

*здобувач освітнього ступеня «Бакалавр»*

*спеціальності «Туризм»,*

*Київський національний університет технологій та дизайну, м. Київ*

Організація обслуговування споживачів у готельному бізнесі є ключовим фактором успішного функціонування підприємства, оскільки вона безпосередньо впливає на рівень задоволеності клієнтів, репутацію готелю та його фінансову ефективність. Готельна сфера постійно розвивається під впливом нових технологій, зміни споживчих очікувань та глобальних трендів у туризмі. В умовах жорсткої конкуренції на ринку гостинності важливо впроваджувати ефективні механізми обслуговування, що включають

персоналізацію послуг, оптимізацію роботи персоналу та автоматизацію сервісних процесів.

Дослідження процесу обслуговування клієнтів у готелях дозволяє визначити основні виклики, з якими стикаються підприємства, та розробити рекомендації для їхнього усунення. Особлива увага має приділятися використанню новітніх технологій, підвищенню рівня сервісу, удосконаленню роботи персоналу, а також розширенню спектру додаткових послуг, що формують позитивний клієнтський досвід.

Готельне обслуговування охоплює всі етапи взаємодії клієнта з готелем – від моменту бронювання до завершення перебування. Сучасні готелі активно впроваджують автоматизовані системи управління, що значно спрощують процес бронювання та підвищують його ефективність. Завдяки використанню онлайн-систем, мобільних додатків та CRM-систем персонал може швидко обробляти запити клієнтів, формувати персоналізовані пропозиції та забезпечувати комфортне перебування гостей [1].

Проживання в готелі передбачає забезпечення гостям максимально зручних умов. Інтегровані технологічні рішення, такі як системи «розумний номер», автоматизоване управління кліматом та освітленням, безконтактні ключі та цифрові помічники, допомагають значно покращити досвід клієнтів. Готелі, які активно впроваджують ці технології, демонструють вищий рівень задоволеності гостей та отримують позитивні відгуки, що впливає на їхню конкурентоспроможність [2].

Одним із головних викликів у сфері готельного обслуговування є необхідність інтеграції цифрових технологій, а також забезпечення високого рівня професійної підготовки персоналу. Недостатній рівень кваліфікації працівників може знижувати ефективність обслуговування та негативно впливати на клієнтський досвід. Важливим аспектом є також розробка програм персоналізації, які дозволяють враховувати вподобання клієнтів і пропонувати їм індивідуалізовані послуги.

Для вдосконалення сервісу необхідно впроваджувати програми підготовки та навчання персоналу, що орієнтовані на розвиток професійних навичок, комунікації з клієнтами та ефективне реагування на їхні запити. Важливим аспектом є також стандартизація сервісу та запровадження чітких протоколів обслуговування. Крім того, автоматизація процесів бронювання, реєстрації та взаємодії з гостями дозволяє оптимізувати роботу персоналу та покращити швидкість обслуговування [1].

Аналіз відгуків клієнтів є важливим інструментом для вдосконалення якості обслуговування. Використання цифрових платформ для збору та аналізу коментарів, а також моніторинг онлайн-рейтингів дозволяють оперативно виявляти проблемні аспекти та усувати їх. Готелі, які активно працюють із відгуками та впроваджують зміни на їхній основі, мають значно вищий рівень довіри з боку клієнтів та більшу кількість повторних бронювань [2].

Таким чином, удосконалення системи обслуговування у готелях має базуватися на комплексному підході, що включає:

- Використання новітніх технологій і автоматизацію процесів;
- Підвищення рівня професійної підготовки персоналу;
- Персоналізацію послуг відповідно до очікувань клієнтів;
- Запровадження ефективних систем збору та аналізу зворотного зв'язку;

Оптимізацію процесів управління готелем для покращення швидкості та якості сервісу. [2]

Реалізація цих заходів дозволить готелям підвищити рівень задоволеності гостей, забезпечити стабільний розвиток бізнесу та зміцнити їхні конкурентні позиції в індустрії гостинності.

У висновку з урахуванням усієї інформації наведеної вище, можна сказати, що забезпечення якісного сервісу в готельному бізнесі є запорукою його успіху та розвитку. Комплексний підхід до вдосконалення сервісу сприятиме зміцненню позицій готелів на ринку та забезпечить їхню конкурентоспроможність у довгостроковій перспективі.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. wiki.otelms.com. "Hotel Guest Service". URL: <https://wiki.otelms.com/uk/post/hotel-guest-service>
2. hotelmanagement.net. "The Role of Technology in Hotel Services". URL: <https://www.hotelmanagement.net/tech>

Науковий керівник: к. е. н, доцент Тонких О. Г.

## ЕКОТРЕНД У ГОСТИННОСТІ: ЯК МОТЕЛЬ ПОЄДНУЄ КОМФОРТ І ПРИРОДУ

**ПОНОМАРЕНКО Олександр,**

*здобувач освітнього ступеня «Бакалавр»*

*спеціальності «Готельно-ресторанна справа»,*

*Національний університет біоресурсів і природокористування України, м. Київ*

Сучасна індустрія гостинності дедалі більше орієнтується на сталість і екологічність. У світі зростаючої свідомості про захист довкілля та сталий розвиток екотренди набувають все більшої популярності.

Особливої актуальності це питання набуває у контексті проектування майбутніх мотелів, які мають відповідати принципам екологічності, енергоефективності та раціонального використання ресурсів.

Основою концепції екологічно орієнтованого мотелю є вибір відповідного місця розташування. Це не лише питання зручності для гостей, а й спосіб зменшення негативного впливу на природне середовище.

Проектований нами RIVER GATE MOTEL, буде розташований у мальовничому місті Вишгород а яскраво демонструватиме як можна гармонійно поєднати комфорт для гостей і дбайливе ставлення до природи. Цей мотель стане прикладом сучасного підходу до гостинності, де відпочинок біля природи не означатиме відмову від зручностей. Навпаки, відвідувачі отримують високий рівень сервісу, насолоджуючись чистим повітрям, зеленими зонами та краєвидами Дніпра [1].

Основна ідея концепції RIVER GATE MOTEL полягає у створенні простору, де комфорт людини поєднаний із турботою про навколишнє середовище. В мотелі планується використання енергоефективних систем освітлення, що сприятиме суттєвому зниженню споживання електроенергії, та впровадженню відновлюваних джерел енергії, зокрема сонячних панелей для підігріву води. В інтер'єрах будуть переважати натуральні матеріали, що підкреслюють близькість до природи та створюють атмосферу затишку. Крім того, номерний фонд буде спроектований так, щоб максимально використовувати природне освітлення та вентиляцію, зменшуючи потребу в кондиціонуванні та штучному освітленні. Це не лише допоможе економити ресурси, а й забезпечить гостям здоровий мікроклімат у кімнатах [2].

Особливістю мотелю буде те, що він гармонійно інтегрований у природне середовище. Зелені зони, тераси з видом на річку та зручні місця для відпочинку на відкритому повітрі створять ідеальні умови для релаксації.

Гості будуть мати можливість насолоджуватися прогулянками вздовж Дніпра, займатися ранковою йогою на свіжому повітрі чи просто відпочивати, слухаючи спів птахів. Територія мотелю спроектована з урахуванням мінімального втручання у природний ландшафт, що дозволяє зберегти унікальну флору та фауну Вишгорода.

Ще одним важливим аспектом є застосування екологічних технологій у сфері обслуговування. Наприклад, система сортування сміття, використання багаторазових матеріалів замість одноразового пластику та впровадження екофрендлі косметики та побутової хімії, які не шкодять навколишньому середовищу. У ресторані мотелю буде віддаватись перевага місцевим продуктам та органічним інгредієнтам, що не лише підтримує локальних виробників, а й скорочує вуглецевий слід [3].

Таким чином, проєкт RIVER GATE MOTEL у Вишгороді демонструє, що гостинність майбутнього – це баланс між комфортом та відповідальністю перед природою. Тут кожен елемент – від архітектури до обслуговування – спрямований на те, щоб забезпечити гостям незабутні враження без шкоди для довкілля. Завдяки екотрендам мотель стає не просто місцем для ночівлі, а простором, де природа і людина існують у гармонії.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Екотренд у сфері світлодизайну : thesis / В. Овчарек та ін. 2021. URL: <https://er.knutd.edu.ua/handle/123456789/18126> (дата звернення: 22.02.2025).

2. Володько О. В., Гімп А. Г. Еко-тренди у сфері гостинності : thesis. 2021. URL: <http://dspace.puet.edu.ua/handle/123456789/11288> (дата звернення: 22.02.2025).
3. Розвиток інформаційних технологій у сфері туризму : thesis / І. В. Денисова та ін. 2014. URL: <http://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/37950> (дата звернення: 22.02.2025).

Науковий керівник: д. т. н., професор Сердюк М. Є.

## **РОЛЬ АДМІНІСТРАТИВНО-РОЗПОРЯДЧИХ МЕТОДІВ УПРАВЛІННЯ У РЕСТОРАНІ «ПУЗАТА ХАТА»**

**ПОТАПОВ Максим,**

*здобувач освітнього ступеня «Бакалавр»*

*спеціальності «Готельно-ресторанна справа»*

*Національний університет біоресурсів і природокористування України, м. Київ*

Управління підприємством готельно-ресторанного бізнесу є складним процесом, що вимагає ефективного поєднання різних методів впливу на персонал, організацію роботи та забезпечення високого рівня обслуговування клієнтів. Одним із ключових інструментів управління є адміністративно-розпорядчі методи, які ґрунтуються на нормативно-правових актах, наказах, розпорядженнях і регламентах. Вони дозволяють чітко структурувати робочий процес, забезпечити дисципліну серед працівників та контролювати виконання поставлених завдань.

Ресторанний бізнес, зокрема мережа закладів швидкого харчування, до яких належить «Пузата Хата», вимагає суворого дотримання стандартів обслуговування, санітарно-гігієнічних норм, якості продукції та координації роботи персоналу. У цьому контексті адміністративно-розпорядчі методи управління відіграють важливу роль у формуванні ефективної системи контролю та організації роботи ресторану.

Дослідження ролі адміністративно-розпорядчих методів у діяльності ресторану «Пузата Хата» є актуальним, оскільки саме ці методи забезпечують оперативність прийняття рішень, чіткість у виконанні обов'язків працівниками та стабільність у функціонуванні закладу. Однак, жорсткі адміністративні заходи мають свої переваги та недоліки, що вимагає ретельного аналізу їх впливу на роботу ресторану.

1. Адміністративно-розпорядчі методи управління ресторану: Адміністративно-розпорядчі методи управління – це система управлінських впливів, що ґрунтуються на юридично закріплених нормах, регламентах, інструкціях та директивних розпорядженнях. Вони забезпечують чітке функціонування підприємства, регулюючи діяльність працівників через

накази, розпорядження, посадові інструкції, контроль та дисциплінарні заходи. Головною метою таких методів є забезпечення організованості, стабільності та відповідальності в роботі всіх структурних підрозділів підприємства.

У ресторані «Пузата Хата» адміністративно-розпорядчі методи управління відіграють ключову роль у підтримці високих стандартів обслуговування та контролі за виконанням корпоративних норм. Їх застосування охоплює декілька важливих аспектів. По-перше, це організація трудового процесу, яка передбачає чіткий розподіл посадових обов'язків між працівниками, встановлення графіків роботи та змін, а також контроль за дотриманням цих норм. По-друге, адміністративні методи забезпечують регулювання поведінки персоналу через правила внутрішнього розпорядку, які визначають професійні та етичні вимоги до роботи працівників.

Також важливим є контроль за дотриманням санітарно-гігієнічних стандартів, що здійснюється шляхом регулярних перевірок, інструктажів та внутрішніх аудитів. Адміністративні методи включають механізми дисциплінарної відповідальності, які передбачають санкції у випадку порушення правил, наприклад, запізнення, неналежне виконання обов'язків або порушення стандартів обслуговування клієнтів.

Розпорядчі методи управління у ресторані також спрямовані на оптимізацію постачання продуктів та використання ресурсів. Завдяки регламентованим правилам закупівель, складування та зберігання продукції забезпечується ефективне використання ресурсів та уникнення зайвих витрат.

Застосування адміністративно-розпорядчих методів у ресторані «Пузата Хата» сприяє стабільній роботі закладу, високій дисципліні персоналу та підтримці іміджу компанії. Однак надмірне використання жорстких адміністративних заходів може знижувати мотивацію працівників, тому важливо поєднувати ці методи з економічними та соціально-психологічними підходами до управління.

2. Ефективність адміністративно-розпорядчих методів управління у ресторанах: Ефективність адміністративно-розпорядчих методів управління у ресторанах «Пузата Хата» проявляється у підтримці високих стандартів роботи, дисципліни персоналу та чіткості операційних процесів. Завдяки застосуванню цих методів керівництво ресторанів забезпечує стабільну роботу закладів, контроль за якістю продукції та дотримання корпоративних стандартів обслуговування.

Однією з ключових переваг є жорстка регламентація робочих процесів, що сприяє швидкому та ефективному виконанню завдань персоналом. Наприклад, завдяки чітким посадовим інструкціям офіціанти, кухарі та менеджери знають свої обов'язки, що мінімізує помилки та підвищує якість обслуговування. Також ефективно функціонує система контролю за виконанням робочих процесів, включаючи перевірки санітарно-гігієнічних

норм, контроль за запасами продуктів та регулювання робочого часу персоналу.

Адміністративні методи сприяють організованості та відповідальності персоналу через систему наказів, розпоряджень і внутрішніх регламентів. Наприклад, дотримання розкладу змін та графіків роботи дозволяє оптимізувати використання людських ресурсів, що важливо для стабільного функціонування ресторану, особливо в години пік.

Однак, існують і певні обмеження цих методів. Жорстке регламентування та дисциплінарні заходи можуть викликати у працівників психологічний дискомфорт і знижувати їхню мотивацію до роботи, особливо якщо адміністративний контроль переважає над мотиваційними механізмами. Також суворі ієрархія управління може сповільнювати процес прийняття рішень у нестандартних ситуаціях.

Таким чином, адміністративно-розпорядчі методи управління у ресторанах «Пузата Хата» є ефективними для підтримки стабільності, організованості та високого рівня обслуговування, проте для досягнення максимальної ефективності їх варто поєднувати з іншими управлінськими підходами, такими як економічні стимули та соціально-психологічні методи мотивації персоналу.

3. Вплив інновацій та технологій на адміністративно-розпорядчі методи управління: Одним із головних аспектів впливу є автоматизація процесів. Використання сучасних цифрових систем, таких як CRM (Customer Relationship Management) та ERP (Enterprise Resource Planning), дозволяє керівникам ресторанів централізовано керувати персоналом, відстежувати виконання посадових обов'язків та контролювати дотримання стандартів. Наприклад, автоматизовані системи розкладу змін допомагають уникнути перевантаження персоналу та забезпечують рівномірний розподіл навантаження.

Технології контролю та управління якістю також відіграють важливу роль. У ресторанах активно використовуються електронні системи обліку продукції, що допомагає керівництву оперативно відстежувати витрати, оптимізувати постачання та запобігати нестачам або надлишкам товарів. Крім того, використання відеоспостереження дозволяє контролювати дотримання стандартів обслуговування клієнтів та гігієнічних норм, що значно підвищує дисциплінованість персоналу.

Ще одним інноваційним аспектом є впровадження цифрових систем навчання та інструктажу персоналу. Онлайн-платформи для навчання дозволяють працівникам проходити тренінги у зручний час, що сприяє швидшій адаптації нових співробітників та підвищенню кваліфікації діючого персоналу. Це зменшує потребу в суворих адміністративних заходах, оскільки добре підготовлені працівники менше припускаються помилок у роботі.

Також важливу роль відіграє цифровізація документообігу. Завдяки впровадженню електронного документообігу скорочується кількість

паперової бюрократії, що підвищує швидкість прийняття управлінських рішень. Менеджери можуть оперативно видавати накази, змінювати розпорядження та відстежувати їх виконання в режимі реального часу.

Таким чином, сучасні інновації та технології значно покращують ефективність адміністративно-розпорядчих методів управління у ресторанах «Пузата Хата». Вони сприяють оптимізації робочих процесів, підвищенню продуктивності персоналу та зменшенню потреби у жорсткому адміністративному контролі, дозволяючи зробити управління більш гнучким та адаптивним до змін.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Пеньковський В.С. Напрями розвитку та удосконалення операційного менеджменту готельно-ресторанних і туристичних підприємств та мереж. Агросвіт. 2022. № 4. С. 64-67.
2. Ставська Ю.В., Яхно Л.С. Формування конкурентних переваг ресторанного бізнесу в умовах Євроінтеграції. Економіка, фінанси, менеджмент: актуальні питання науки і практики. 2021. № 2 (56). С. 181- 196.
3. Глобальні виклики для індустрії гостинності: економіка, менеджмент, дорадництво: збірник тез доповідей міжнародної наук.-практ. конф. (18-19 травня 2021 р.). К.: НУБіП України, 2021. 257 с.

Науковий керівник: к. е. н., доцент Гопкало Л. М.

## ОСНОВНІ ТЕНДЕНЦІЇ АВТОМАТИЗАЦІЇ РЕСТОРАНІВ

**ПРИХОДЬКО Марія,**

*здобувачка освіти спеціальності «Готельно-ресторанна справа»,  
Полтавський фаховий коледж підприємництва і ресторанного бізнесу,  
м. Полтава*

Ресторанна індустрія знаходиться на порозі технологічної революції, коли автоматизація готова змінити спосіб приготування, подачі та доставки їжі. Рішення з автоматизації пропонують нові шляхи забезпечення ефективності та задоволення споживачів в у умовах нестачі робочої сили та зростання витрат.

Очікується, що до 2026 року світовий ринок автоматизації харчових продуктів досягне 28 мільярдів доларів, а ресторанна індустрія переживає значні зміни, дедалі більше покладаючись на технології для підвищення продуктивності та зниження операційної неефективності [1].

Інтеграція інтелектуальних технологій визначатиме майбутнє ресторанів, підвищуючи продуктивність і відповідаючи зростаючим вимогам технічно підготовлених споживачів. Розглянемо основні тенденції автоматизації ресторанів.

Повністю автономні кухні мають революціонізувати роботу ресторанів, автоматизувавши кожен крок приготування їжі, від приготування до викладки. Ці кухні покладаються на передову робототехніку та системи, керовані ШІ, щоб точно та послідовно виконувати завдання, різко зменшуючи потребу в людському втручанні [2].

Персоналізація меню за допомогою штучного інтелекту налаштована на те, щоб змінити враження від обіду, адаптуючи пропозиції до індивідуальних уподобань і дієтичних потреб.

Удосконалені роботизовані сервери здатні доставляти їжу, прибирати зі столів і навіть взаємодіяти зі споживачами, зменшуючи робоче навантаження на персонал і знижуючи витрати.

Динамічне ціноутворення на основі ШІ має стати ключовою стратегією для ресторанів, які прагнуть оптимізувати прибутковість і адаптуватися до коливань попиту.

Голосові системи замовлення завдяки штучному інтелекту та обробці природної мови можуть розуміти й обробляти голосові запити з високою точністю, забезпечуючи безперебійну взаємодію без використання рук. Такі пристрої, як Amazon Alexa та Google Assistant, дозволяють робити замовлення, бронювати та надсилати запити без використання рук, створюючи безперебійну інтуїтивно зрозумілу взаємодію [3].

Обіди з доповненою реальністю (AR) створені для того, щоб переосмислити взаємодію клієнтів шляхом поєднання віртуальних елементів із фізичним середовищем харчування. Ресторани використовуватимуть AR, щоб пропонувати інтерактивні меню, що дозволить споживачам візуалізувати страви в 3D, перш ніж зробити вибір, або навіть побачити інгредієнти та техніку приготування через свої смартфони або окуляри AR [3].

Мережі доставки безпілотниками готові зробити революцію в службі доставки „останньої милі” в ресторанній індустрії, забезпечуючи швидші та ефективніші способи доставки їжі замовникам.

Автоматизовані системи бронювання столиків і місць для сидіння використовують алгоритми штучного інтелекту для прогнозування потоку клієнтів, керування списками очікування та призначення столиків на основі розміру групи та переваг, підвищуючи ефективність роботи та скорочуючи час очікування.

Технологія блокчейн стає потужним інструментом для підвищення прозорості ланцюга постачання в ресторанній індустрії, що дозволяє підприємствам відстежувати та перевіряти походження інгредієнтів від ферми до столу.

Управління відходами за допомогою штучного інтелекту революціонує способи поводження з харчовими відходами в ресторанах, дозволяючи їм працювати більш екологічно та ефективно.

Від прийому замовлень і приготування їжі до бізнес-операцій і маркетингу одна третина операторів (34%) запровадила технологію ШІ у своїх ресторанах, а 48% планують це зробити у 2025 році. Більше половини (54%) операторів вважають, що ШІ стане основним продуктом ресторанів протягом наступних трьох років; 20% вважають, що це вже є основним продуктом [4].

Розглянуті інновації дозволять ресторанам підвищити ефективність, зменшити витрати та запропонувати персоналізоване безперебійне обслуговування. Незважаючи на те, що проблеми залишаються, такі як витрати на початкові інвестиції та перешкоди інтеграції, потенціал підвищення прибутковості та задоволеності відвідувачів робить автоматизацію важливою складовою майбутнього успіху ресторану.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Make room for restaurant automation. National restaurant association. October 10, 2024. URL: <https://restaurant.org/education-and-resources/resource-library/make-room-for-restaurant-automation/>
2. Jack Kelly. Robots Are Taking Over The Kitchens At Your Favorite Restaurants. Forbes. Aug 30, 2024. URL: <https://www.forbes.com/sites/jackkelly/2024/08/30/robots-are-taking-over-the-kitchens-at-your-favorite-restaurants/>
3. Heather Apse Restaurant Technology: Top 2025 Trends and Tools- by Heather Apse. Hotel news. November, 20. 2024. URL: <https://www.hotelnewsresource.com/article134160.html>
4. Restaurant Trends to Watch in 2025. Pompeu. 2025. URL: <https://get.popmenu.com/restaurant-resources/2025-trends-report>

Науковий керівник: к. е. н., доцент Єрфорт І. Ю.

## АНАЛІЗ СУЧАСНИХ ТЕНДЕНЦІЙ У СФЕРІ ЛІКУВАЛЬНО-ОЗДОРОВЧИХ КОМПЛЕКСІВ

**ПРОКОПЕНКО Каріна,**

*здобувачка освітнього ступеня «Бакалавр»*

*спеціальності «Готельно-ресторанна справа»,*

*Національний університет біоресурсів і природокористування України, м. Київ*

Сфера лікувально-оздоровчих комплексів динамічно розвивається під впливом сучасних технологій, зміни потреб споживачів та глобальних тенденцій у галузі охорони здоров'я. Зростаюча увага до здорового способу життя, профілактичної медицини та психічного благополуччя стимулює інновації та змінює підхід до організації послуг у цьому секторі.

Технологізації оздоровчих комплексів. Однією з ключових тенденцій є впровадження сучасних технологій, таких як штучний інтелект, носимі пристрої для моніторингу здоров'я, телемедицина та віртуальна реальність. Багато лікувально-оздоровчих комплексів використовують персоналізовані підходи до клієнтів, ґрунтуючись на даних про їх фізичний стан, харчування та рівень активності. Такі технології дозволяють створювати індивідуальні програми оздоровлення, а також віддалено контролювати стан здоров'я відвідувачів.

Екологічність та стійкість. Зростає популярність еко-спа та комплексів, що використовують натуральні матеріали, органічну косметику, місцеві ресурси та впроваджують політику сталого розвитку. Споживачі дедалі більше віддають перевагу комплексам, які пропонують екологічно чисті умови, наприклад, термальні курорти, що використовують природні джерела енергії. Концепція "зеленого туризму" та "еко-відпочинку" є важливими елементами конкурентоспроможності таких закладів.

Орієнтація на психічне здоров'я. Окрім фізичного здоров'я, велика увага приділяється психічному благополуччю клієнтів. Лікувально-оздоровчі комплекси впроваджують програми з медитації, йоги, аромотерапії та інших методів релаксації. Крім того, зростає попит на ретрит-центри та курорти, що пропонують цифровий детокс, допомагаючи клієнтам відпочити від стресів сучасного світу.

Інтеграція східних методик лікування. Популярність отримують східні підходи до оздоровлення, зокрема аюрведа, традиційна китайська медицина, голковколювання, тайський масаж. Все більше лікувально-оздоровчих комплексів інтегрують ці методи у свої програми, пропонуючи клієнтам комплексний підхід до покращення самопочуття.

Персоналізація послуг. Сучасні споживачі прагнуть отримати індивідуальний підхід, що враховує їх унікальні потреби та особливості організму. Застосування аналізу ДНК, біоаналізу, генетичного тестування дозволяє створювати персоналізовані програми лікування та оздоровлення, що базуються на особливостях кожного клієнта.

Використання натуральних продуктів у харчуванні. Однією з важливих тенденцій у лікувально-оздоровчих комплексах є застосування органічних та натуральних продуктів у харчуванні. Готелі та курорти пропонують спеціальні дієти, що базуються на місцевих фермерських продуктах, суперфудах та рослинній кухні. Такий підхід сприяє не лише зміцненню здоров'я, але й підтримує екологічну відповідальність.

Підвищення доступності послуг. Завдяки розвитку медичного туризму та зростанню попиту на оздоровчі послуги, лікувально-оздоровчі комплекси намагаються зробити свої послуги доступнішими. Впровадження гнучких пакетів послуг, програм лояльності, можливості бронювання онлайн та цифрової взаємодії з клієнтами дозволяє розширити коло споживачів і збільшити конкурентоспроможність закладів.

Розвиток лікувально-оздоровчих комплексів спрямований на впровадження новітніх технологій, підвищення екологічної відповідальності, розширення спектру послуг для психічного здоров'я та персоналізацію підходів до клієнтів. Ці тенденції відображають зміни у свідомості споживачів та їх бажання підтримувати здоровий спосіб життя у гармонії з природою та власними потребами. У майбутньому можна очікувати ще більшого синтезу науки, технологій та традиційних методів оздоровлення, що сприятиме підвищенню якості послуг у цій сфері. Таким чином, лікувально-оздоровчі комплекси відіграють важливу роль у формуванні культури здорового способу життя та покращенні добробуту населення.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Основи законодавства України про охорону здоров'я : Закон України від 19.11.1992 р. № 2802-ХІІ в редакції від 29.07.2022 р. URL: <http://zakon.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=2801-12>
2. Носирєв, О. (2024). Лікувально-оздоровчий туризм: тенденції та стратегічні вектори розвитку. Таврійський науковий вісник. Серія: Економіка, (20), 321-331. <https://doi.org/10.32782/2708-0366/2024.20.38>
3. Майстер, А., Лажнік, В., & Куницький, М. (2024). Сучасний стан та особливості розвитку лікувально-оздоровчого туризму в Німеччині. Науковий вісник Чернівецького університету : Географія, (847), 83-93. <https://doi.org/10.31861/geo.2024.847.83-93>
4. Щука Г. П., Ковальська Л. В., Гальків Л. І. Визначення змісту та структури лікувально-оздоровчого туризму. Індустрія туризму і гостинності в Центральній та Східній Європі. 2022. №5. С. 91–97. DOI: <https://doi.org/10.36477/tourismhospcee-5-11>

Науковий керівник: к. е. н., доцент Микицей Т. Д.

## АНАЛІЗ СУЧАСНИХ ТЕНДЕНЦІЙ У СФЕРІ МОТЕЛІВ

**РИБАЛКА Дарина,**

*здобувачка освітнього ступеня «Бакалавр»*

*спеціальності «Готельно-ресторанна справа»,*

*Національний університет біоресурсів і природокористування України, м. Київ*

Сучасні світові мотелі виходять на новий рівень, і пропонують максимально комфортне житло із новітніми технологіями. У 2025 році більшість світових мотелів орієнтуються на технологічний розвиток та

економічність. Якщо говорити про новітні технології то найпопулярніший варіант - "Smart Home". Багато зарубіжних мотелів почали застосовувати цю систему, вона дозволяє оптимізувати умови в мотелі, забезпечити гостям більш персоналізований досвід та скоротити гостям мотелю час очікування. Що стосується функціонування мотелю, автоматизація та дані в режимі реального часу можуть допомогти не лише виявити проблеми, а й навіть запобігти їх виникненню.

Іншими словами, мотель за допомогою технології "Smart Home" може стати «розумним мотелем». По суті, розумний мотель - це мотель, який використовує підключені до Інтернету електронні пристрої та прилади, однак які здатні спілкуватися або взаємодіяти один з одним через надсилання або отримання даних, що й робить їх «розумними».

Ще одна світова новинка в мотелі - інноваційні варіанти доступу в номер. «Вхід без ключа» - під час підключення до бездротової панелі керування та налаштування за допомогою програмного забезпечення ZKBioSecurity Online Hospitality користувачі готелю можуть відчиняти двері номерів за допомогою програмного забезпечення без карток; співробітники також можуть перевіряти стан будь-якого дверного замка за допомогою програмного забезпечення.

Одним із найцікавіших трендів останніх років стала можливість відкривати двері готельного номера за допомогою розпізнавання обличчя (Face ID). Ця технологія, запозичена з гаджетів, набирає все більшої популярності у готельному секторі. І це не дивно, адже така система входу гарантує гостям безпеку та зручність. Більше немає необхідності носити з собою ключ-карту. Достатньо підійти до дверей, і система автоматично розпізнає вас.

Така система набрала обертів в період пандемії COVID-19, безконтактний вхід є особливо актуальним і досі, оскільки мінімізує дотики до загальних поверхонь.

Технологія Face ID відкриває нові можливості для готельного бізнесу. Вона робить перебування в мотелі більш комфортним, безпечним і персоніфікованим. Хоча ця технологія ще не стала загальнодоступною, можна з упевненістю сказати, що в найближчому майбутньому вона стане стандартом у багатьох готелях по всьому світу.

Мотелі, як компактні заклади розміщення, активно долучаються до цього процесу, впроваджуючи екологічно чисті матеріали та енергозберігаючі технології. Перехід мотелів на екологічно чисті матеріали є важливим кроком до зменшення негативного впливу на довкілля. Використання натуральних матеріалів, таких як дерево, бамбук та бавовна, не лише створює більш приємну атмосферу в номерах, але й зменшує викиди шкідливих речовин у процесі виробництва та утилізації. Крім того, у світі, багато мотелів обирають меблі та обладнання з перероблених матеріалів, що сприяє збереженню природних ресурсів.

Українським мотелям теж варто запровадити використання екологічно чистих матеріалів та енергозберігаючих технологій, адже це не просто модний тренд, а необхідність, диктована сучасними реаліями. Інвестуючи в енергоефективність, мотелі не лише зменшують свій вуглецевий слід, але й отримують ряд економічних переваг, таких як зниження витрат на комунальні послуги. Крім того, екологічно чисті мотелі стають все більш привабливими для свідомих туристів, які прагнуть відпочивати, не завдаючи шкоди довкіллю.

Враховуючи сучасні події у світі та тенденції в економіці України наукові дослідження в галузі розвитку готельного бізнесу будуть актуалізовуватись. Вченим необхідно прискорити науковий пошук стосовно нових механізмів реформування галузі, розробляти нові концепції та методи управління, адже в умовах постійної мінливості як внутрішнього так і зовнішнього середовища український готельний бізнес кожного разу стикається з новими проблемами і викликами. Ефективність впровадження наукових розробок забезпечуватиме українському бізнесу достойне місце на світовому ринку готельних послуг, підвищуватиме значимість для зростання національної економіки та міжнародної інтеграції, зокрема у європейському напрямі.

#### СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Нодь, О. (2024). Інноваційні тенденції в сфері готельного обслуговування в умовах сучасних викликів. *Modeling the development of the economic systems*, (2), 289–294. <https://doi.org/10.31891/mdes/2024-12-39>
2. Біловус Т. І., Олійник О. І. Вплив цифровізації на розвиток готельного бізнесу в Західній Україні. *Економіка та управління національним господарством*. 2021. С. 102-123.
3. Кіш Г. В. Інноваційні технології в діяльності готельноресторанних підприємств. *Актуальні питання у сучасній науці*. 2023. № 6(12). С. 65-77.

Науковий керівник: к. т. н., доцент Неїленко С. М.

## **ГОТЕЛЬНИЙ ЦИФРОВИЙ ДВОРЕЦЬКИЙ – AI-СИСТЕМА ПЕРСОНАЛІЗОВАНОГО ОБСЛУГОВУВАННЯ ГОСТЕЙ**

**РУДИЧЕНКО Олег,**

*здобувач освітнього ступеня «Молодший бакалавр»  
спеціальності «Інженерія програмного забезпечення»,  
Київський фаховий коледж туризму та готельного господарства, м. Київ*

**ДРУЦЬКА Вікторія,**

*здобувачка освітнього ступеня «Бакалавр»  
спеціальності «Готельно-ресторанна справа»  
Київський фаховий коледж туризму та готельного господарства, м. Київ*

Сучасні технології штучного інтелекту (AI) дедалі більше інтегруються в різні сфери бізнесу, оптимізуючи процеси взаємодії з клієнтами та покращуючи якість обслуговування. Одним із найперспективніших напрямків використання AI є готельний бізнес, де персоналізований сервіс та ефективна комунікація з гостями відіграють ключову роль у формуванні конкурентних переваг. У цьому контексті впровадження цифрових помічників, зокрема чат-ботів, дозволяє значно підвищити рівень обслуговування, забезпечуючи миттєві відповіді на запити гостей, автоматизуючи бронювання та аналізуючи отримані дані для подальшого вдосконалення сервісу. [3]

Штучний інтелект (ШІ) – це технологія, що дозволяє комп'ютерним системам виконувати завдання, які зазвичай потребують людського інтелекту, такі як розпізнавання мови, навчання, планування та розв'язання проблем. [2]

Готельний цифровий дворецький є інноваційною AI-системою персоналізованого обслуговування гостей, що забезпечує ефективну взаємодію клієнтів із готелем за допомогою інтегрованого чат-бота. Основним завданням розробки стало створення автоматизованого механізму комунікації, який дозволяє значно підвищити рівень обслуговування та оптимізувати робочі процеси адміністрації готелю.

Для демонстрації функціональних можливостей системи було розроблено веб-сайт готелю «Гостинність» у Києві, що забезпечує комплексне інформування відвідувачів про послуги закладу. На головній сторінці представлена загальна інформація про готель, його особливості, рівень сервісу та зручності для гостей. Оскільки готель розташований поза центральною частиною міста, акцент зроблено на його транспортну доступність, що забезпечує зручність пересування для відвідувачів.

Розділ, присвячений номерному фонду, містить детальний опис варіантів розміщення, включаючи стандартні односпальні номери або двоспальні номери з ліжком queen-size, делюкс-номери та люкси. Фотографії інтер'єрів допомагають потенційним гостям оцінити рівень комфорту та вибрати відповідний варіант розміщення згідно з індивідуальними потребами.

Окрему увагу приділено сервісним послугам, що включають безкоштовний Wi-Fi у кожному номері, що є необхідною умовою для гостей,

які працюють дистанційно або потребують стабільного зв'язку. Крім того, у вартість проживання входить сніданок, що підвищує рівень зручності для відвідувачів. Додатково надається трансфер з аеропорту та назад, що сприяє комфортній логістиці гостей. Також на сайті описані інші зручності та послуги, які надаються готелем.

Важливою складовою функціоналу веб-сайту є модуль бронювання номерів, що дозволяє користувачам швидко вибрати дати заїзду та виїзду, обрати бажану категорію номера та залишити контактні дані. Інтуїтивно зрозумілий інтерфейс мінімізує часові витрати на процес бронювання, що сприяє покращенню користувацького досвіду.

Система також містить розділ відгуків, де користувачі можуть ознайомитися з досвідом попередніх гостей. Така функція сприяє підвищенню довіри до готелю, дозволяючи потенційним відвідувачам приймати рішення на основі реальних оцінок та коментарів.

Окремо варто відзначити інтеграцію Google Maps, що забезпечує точну візуалізацію розташування готелю, дозволяючи туристам планувати свої маршрути з урахуванням транспортної доступності та міської інфраструктури.

Головною технологічною інновацією веб-сайту є чат-бот, який здійснює автоматизовану взаємодію з гостями у режимі реального часу. Чат-бот працює на базі платформи Zapier, що дозволяє йому інтегруватися з іншими сервісами, такими як Google Sheets. Автоматизація комунікацій значно зменшує навантаження на персонал, скорочуючи час очікування відповіді та підвищуючи загальну якість сервісу. Усі взаємодії з чат-ботом автоматично записуються в Google Таблицю, що забезпечує централізоване зберігання інформації та надає адміністрації можливість швидко аналізувати дані. Такий підхід дозволяє не лише оперативно реагувати на запити гостей, а й формувати персоналізовані пропозиції, що базуються на аналізі отриманої інформації та покращувати якість обслуговування. [1]

Завдяки впровадженню системи збереження запитів у єдиному доступному для адміністрації просторі, Google Таблиці, персонал готелю отримує можливість аналізувати найбільш популярні запитання, що цікавлять клієнтів. Це не лише оптимізує внутрішні процеси комунікації, а й дозволяє трансформувати отримані запити у контент для соціальних мереж та блогів. Найбільш часті питання можуть стати основою для публікацій, у яких готель надаватиме детальні роз'яснення щодо своїх послуг, надаючи розгорнуті відповіді, що випереджають майбутні запити гостей. Це забезпечує не лише покращення якості інформаційного обслуговування, але й формує довіру до готелю як до інноваційного закладу, що орієнтується на зручність та потреби своїх клієнтів.

Адаптивний дизайн веб-сайту гарантує його коректне відображення на будь-яких пристроях, включаючи мобільні телефони та планшети. Оскільки значна частина користувачів здійснює пошук інформації з мобільних гаджетів, цей фактор відіграє ключову роль у зручності користування ресурсом.

Таким чином, розробка чат-бота у складі веб-сайту готелю не лише автоматизує процес взаємодії з клієнтами, а й створює умови для ефективного

управління запитами, аналітики даних та вдосконалення маркетингової стратегії. Завдяки впровадженню AI-системи персоналізованого обслуговування, готель «Гостинність» отримує конкурентну перевагу, підвищуючи якість сервісу та задовольняючи потреби сучасних гостей.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Zapier. URL: <https://zapier.com/app/home> (дата звернення 28.02.2025)
2. AI in Hospitality Industry: Benefits, Use Cases, and Successful Stories URL: <https://litslink.com/blog/ai-in-hospitality-industry-benefits-use-cases-and-successful-stories> (дата звернення 28.02.2025)
3. The Impact of AI on Hotels: A Revolution in Customer Experience and Management URL: <https://iatourisme.com/en/the-impact-of-ai-on-hotels-a-revolution-in-customer-experience-and-management/> (дата звернення 28.02.2025)

Наукові керівники: викладач-методист Любима А. Є.;  
к. п. н., доцент Земліна Ю. В.

## **РОЛЬ КОРПОРАТИВНОЇ КУЛЬТУРИ В ПОБУДОВІ ЕФЕКТИВНОЇ КОМУНІКАЦІЙНОЇ СИСТЕМИ У ГОТЕЛІ «ХІЛТОН КИЇВ»**

**САД Дмитро,**

*здобувач освітнього ступеня «Бакалавр»  
спеціальності «Готельно-ресторанна справа»,*

*Національний університет біоресурсів і природокористування України, м. Київ*

Корпоративна культура має значний вплив на побудову ефективних комунікацій та є важливим аспектом у функціонуванні будь-якої організації, і в готельному бізнесі, зокрема. Готель "Хілтон Київ", будучи частиною міжнародної мережі готелів, має чітко визначену корпоративну культуру, яка сприяє формуванню стандартів взаємодії серед співробітників, а також визначає стиль комунікації з гостями. Від правильно побудованої комунікаційної системи залежить якість обслуговування, ефективність внутрішніх процесів і загальна атмосфера в готелі.

Три ключові аспекти, які можна виділити в дослідженні:

1. Корпоративна культура готелю: Це основа, яка визначає цінності, місію та стандарти поведінки в організації. Корпоративна культура безпосередньо впливає на внутрішню атмосферу в колективі, сприяє розвитку командної роботи та підтримки високого рівня обслуговування клієнтів.

Корпоративна культура не тільки визначає зовнішній вигляд бренду, але й безпосередньо впливає на внутрішню атмосферу в колективі. Важливою

складовою успіху є те, як культура формує взаємодію між працівниками. У готелі "Хілтон Київ" ця взаємодія базується на принципах відкритості, довіри та підтримки. Працівники готелю постійно проходять тренінги, що дозволяє їм дотримуватися корпоративних стандартів, ефективно спілкуватися та працювати в команді. Це дозволяє забезпечити гармонійну роботу між різними підрозділами готелю та ефективно вирішувати проблеми, що виникають.

2. Ефективність комунікаційної системи: Внутрішні та зовнішні комунікації у готелі функціонують для забезпечення безперервного потоку інформації, взаємодії між співробітниками та високого рівня обслуговування гостей. Особливу роль відіграє використання формальних і неформальних каналів комунікації для збереження оперативності та ефективності процесів.

Завдяки чітким стандартам комунікації та етикету забезпечується високий рівень обслуговування гостей готелю. Співробітники готелю дотримуються цих стандартів, що дозволяє їм будувати довірчі стосунки з гостями, а також реагувати на їхні потреби та побажання. Принципи корпоративної культури допомагають персоналу підтримувати єдиний стиль взаємодії з гостями, що сприяє високому рівню задоволення клієнтів.

Одним з ключових аспектів є внутрішня комунікаційна система, яка включає формальні та неформальні канали взаємодії. Формальні комунікації в готелі "Хілтон Київ" здійснюються через офіційні інструкції, наради, звітність та електронну пошту, що забезпечує належний рівень інформаційного обміну між різними відділами. Неформальні канали включають особисті бесіди та взаємодію між співробітниками, що сприяє більш гнучкому і швидкому реагуванню на різні питання та проблеми. Важливою частиною комунікацій є також зворотний зв'язок від клієнтів, який допомагає виявляти недоліки у роботі та оперативно їх виправляти.

Роль корпоративної культури в комунікаціях полягає також у тому, щоб створити середовище, де співробітники готові ділитися ідеями, пропозиціями та вирішувати проблеми в команді. Це дозволяє підтримувати ефективну комунікацію навіть у складних ситуаціях, таких як критичні ситуації або непередбачувані зміни у роботі. Готель "Хілтон Київ" активно використовує зворотний зв'язок, як від гостей, так і від співробітників, для вдосконалення внутрішніх комунікацій.

3. Вплив інновацій та технологій на комунікацію: Використання сучасних CRM-систем, мобільних додатків та інших інструментів автоматизації дозволяє персоналу швидше і ефективніше реагувати на запити клієнтів, а також підтримувати зв'язок між відділами готелю. Завдяки цьому забезпечується високий рівень ефективності комунікацій навіть при великому обсязі інформації.

Незважаючи на успіхи у побудові комунікаційної системи, готель "Хілтон Київ" завжди прагне до вдосконалення своїх процесів. Рекомендації щодо покращення комунікацій включають розширення каналів зворотного зв'язку, поліпшення процесу внутрішніх нарад та навчальних програм для співробітників. Окрім того, важливо створити додаткові можливості для взаємодії між працівниками різних рівнів, що допоможе покращити комунікацію і запобігти виникненню проблем через інформаційні бар'єри.

У результаті, роль корпоративної культури в побудові ефективної комунікаційної системи у готелі "Хілтон Київ" є надзвичайно важливою. Вона допомагає забезпечити високий рівень взаємодії між співробітниками, створює атмосферу довіри та підтримки, що, в свою чергу, підвищує якість обслуговування гостей. Корпоративна культура є основою, яка дозволяє готелю адаптуватися до змін, зберігаючи високу якість послуг у будь-яких умовах.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Л. П. Малюк, Л. М. Варипаєва: Професійна етика та етикет у готельно-ресторанному бізнесі. Харків. ХДУХТ 2016р. URL: [https://repo.btu.kharkov.ua/bitstream/123456789/10741/1/Professional\\_ethics\\_etiquette\\_NP\\_2017.pdf](https://repo.btu.kharkov.ua/bitstream/123456789/10741/1/Professional_ethics_etiquette_NP_2017.pdf)
2. Нездоймінов С.Г. : Формування корпоративної культури підприємств готельного бізнесу в умовах конкуренції. URL: <https://conf.ztu.edu.ua/wp-content/uploads/2018/12/170.pdf>
3. Готель «Хілтон Київ», Інтернет ресурс: URL: [https://www.hilton.com/en/hotels/kbphihi-hilton-kyiv/?SEO\\_id=GMB-EMEA-НІ-КВРНІНІ](https://www.hilton.com/en/hotels/kbphihi-hilton-kyiv/?SEO_id=GMB-EMEA-НІ-КВРНІНІ)

Науковий керівник: к .е. н., доцент Стретович О. А.

## ГОТЕЛЬ-КАПСУЛА ЯК НОВИЙ ФОРМАТ ГОСТИННОСТІ: КОНЦЕПТУАЛЬНЕ ОБҐРУНТУВАННЯ

**САМОЙЛЕНКО Юрій,**

*здобувач освітнього ступеня «Бакалавр»*

*спеціальності «Готельно-ресторанна справа»,*

*Національний університет біоресурсів і природокористування України, м. Київ*

Готелі-капсули є сучасним форматом тимчасового проживання, що активно розвивається у великих містах і транспортних хабах. Вони забезпечують комфортне мінімалістичне житло з високим рівнем автоматизації та ефективного використання простору. У даній роботі розглядається концепція готелю-капсули на 20 місць, що враховує інноваційні рішення в архітектурі, дизайні та управлінні.

Аналіз концепції готелю-капсули: компактні житлові капсули площею 2-4 м<sup>2</sup>, зонування простору для індивідуального використання, високий рівень автоматизації (системи бронювання, безконтактний вхід, смарт-управління освітленням і кліматом), економічна доцільність і ефективне використання площі.

Основні вимоги до готелю-капсули. Для створення комфортного середовища необхідно врахувати такі аспекти: ергономіка та дизайн: забезпечення достатньої кількості простору, звукоізоляція, зручність розміщення меблів. Безпека: системи протипожежного захисту, аварійні виходи, вентиляція. Технологічне оснащення: індивідуальні мультимедійні панелі, USB-зарядки, Wi-Fi. Гігієна та обслуговування: окремі санітарні зони, система самоочищення, регулярне прибирання.

Проектування готелю-капсули на 20 місць. Проект передбачає компактне розміщення капсул у двох рівнях із загальними зонами: спальні капсули (10 на нижньому рівні, 10 на верхньому), зона відпочинку та коворкінгу, санвузол та душові, автоматизована рецепція. Архітектурне рішення передбачає використання модульної конструкції, що забезпечує мобільність і можливість швидкого монтажу.

Бізнес-модель і економічна доцільність. Готель-капсула має низькі операційні витрати завдяки: мінімальному штату персоналу (автоматизація процесів), ефективному використанню площі, високому рівню заповнюваності завдяки доступній вартості. Цільова аудиторія – туристи, бізнес-мандрівники, транзитні пасажери, студенти.

Екологічні аспекти. Використання енергоефективних технологій, матеріалів з низьким вуглецевим слідом, систем рекуперації тепла та водозбереження сприяє екологічності проекту.

Українські капсульні готелі та перспективи вдосконалення. В Україні капсульні готелі з'явилися відносно недавно, переважно у великих містах та поблизу аеропортів. Найвідоміші з них працюють у Києві, Львові та Одесі. Основними викликами для таких готелів є: недостатня інтеграція сучасних технологій автоматизації, обмежена кількість санітарних зон, недостатній рівень звукоізоляції капсул, відсутність зон для коворкінгу або відпочинку.

Використання екологічних технологій у капсульних готелях. Сучасні капсульні готелі впроваджують екологічні технології, щоб зменшити негативний вплив на довкілля. Основними напрямками є: використання натуральних матеріалів (дерево, бамбук, бавовна) для внутрішнього оформлення, що сприяє зменшенню шкідливих викидів при виробництві та утилізації. Застосування меблів та обладнання з перероблених матеріалів, що допомагає зберігати природні ресурси. Встановлення енергозберігаючих систем освітлення (LED-технології) та датчиків руху для оптимізації споживання електроенергії. Використання розумних систем вентиляції та рекуперації тепла для підвищення енергоефективності. Впровадження водозберігаючих технологій, таких як сенсорні змішувачі та системи повторного використання води.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Офіційні сайти українських капсульних готелів (Capsule Hotel Kyiv, SleepBox Lviv, etc.).

2. Державна служба статистики України (2023). Туристична інфраструктура України: аналіз та перспективи.
3. Takahashi, H. (2018). The Evolution of Capsule Hotels in Japan. Tokyo University Press.

Науковий керівник: к. т. н., доцент Сердюк М. Є.

## **СУЧАСНІ ПІДХОДИ ДО ВИКОРИСТАННЯ ПРИРОДНИХ КОЛЬОРІВ У ЕКО-ДИЗАЙНІ РЕСТОРАННИХ ПІДПРИЄМСТВ**

**СВИНАР Ірина,**

*здобувачка освітнього ступеня «Бакалавр»  
спеціальності «Готельно-ресторанна справа»,*

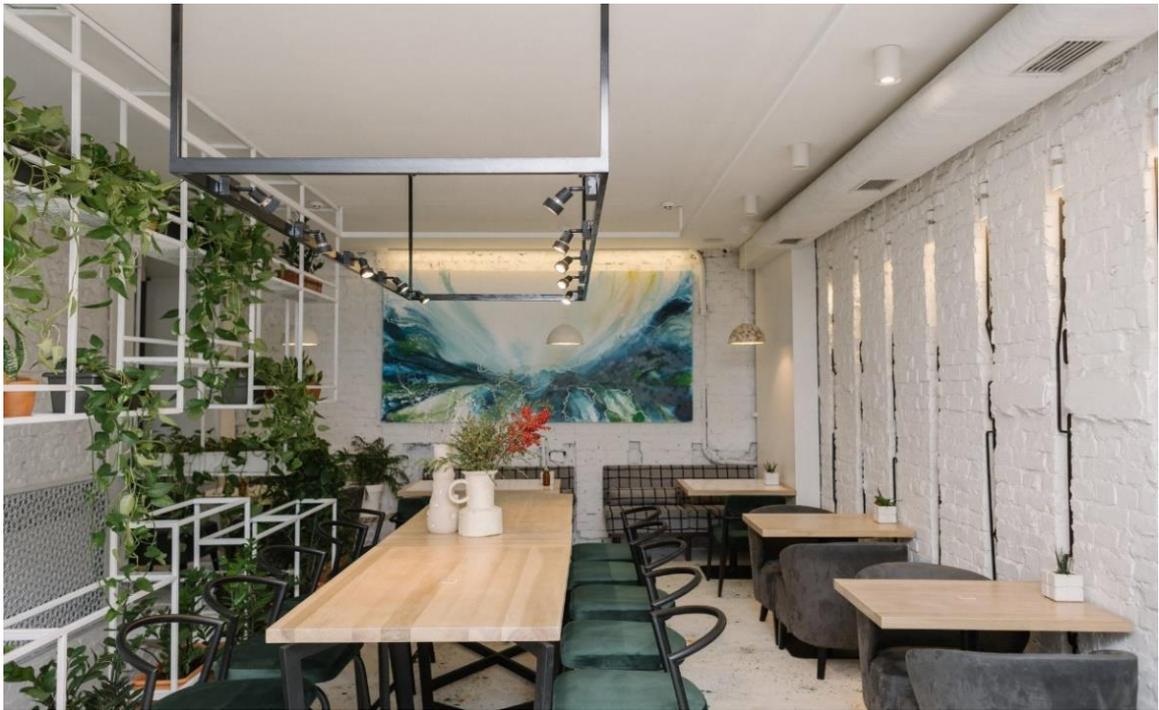
*Національний університет біоресурсів і природокористування України, м. Київ*

У сучасному ресторанному бізнесі велика увага приділяється дизайну інтер'єру, оскільки саме атмосфера закладу створює перше враження у відвідувачів. Використання природних відтінків у декоруванні ресторанного простору є не лише модним трендом, але й ефективним способом формування комфортної та гармонійної атмосфери. Вже стало трендом у оформленні залів ресторанів використовувати натуральні кольори, які сприяють релаксації, підкреслюють стиль і концепцію закладу, а також позитивно впливають на враження гостей, а саме:

Природні відтінки асоціюються із природою, гармонією та спокоєм. Зелений колір, який нагадує про рослинність, має заспокійливий ефект, сприяє розслабленню і створює відчуття свіжості. Коричневий і бежевий додають інтер'єру теплоти, викликаючи відчуття затишку і стабільності. Блакитний нагадує про воду та небо, допомагає зменшити рівень стресу. Використання природних відтінків дозволяє створити гармонійний простір, у якому гості відчують себе комфортно. [1, 3]

Спокійні природні тони допомагають зменшити рівень стресу та напруги, що важливо в сучасному ритмі життя.

Використання природних кольорів у ресторанному дизайні, також має на меті загострити увагу гостей на унікальній концепції закладу.[2] Сучасні ресторани прагнуть використовувати кольори, які не перевантажують зорове сприйняття, а гармонійно доповнюють концепцію закладу. Наприклад, еко-заклади, які пропонують здорове харчування, часто використовують зелені відтінки, підкреслюючи природність своєї кухні. Лаунж-ресторани та кафе застосовують пастельні тони, які сприяють розслабленню і невимушеному спілкуванню.



Еко-дизайн кафе «Альтруїст», м. Київ

Джерело: <https://www.village.com.ua/village/food/food-experiment/320067-altruist-eco-remont-2021>

Також, важливо враховувати поєднання природних відтінків із матеріалами. Дерево, камінь, текстиль із натуральних волокон доповнюють природну кольорову гаму, створюючи екологічно чистий і стильний інтер'єр. Гамма кольорів, які застосовується в еко-дизайні, вбирає у себе переважно природні відтінки: зелений, блакитний, охристий, коричневий, сірий і лавандовий. В оформленні приміщення використовуються довговічні і натуральні матеріали: дерево, каміння, льон, стабілізовані рослини та ін. вони є зручними в експлуатації.

Отже, використання природних кольорів у еко-дизайні ресторанних підприємств дозволяють досягти комфорт і гармонія, адже вони сприяють розслабленню та створюють приємну атмосферу для відвідувачів.

Створення екологічного іміджу підприємства за допомогою кольорів дозволяє проінформувати споживчий ринок про те, що воно є сучасним і розділяє бажання суспільства зберегти планету, використання натуральних кольорів і матеріалів підкреслює прагнення закладу до екологічності.

Природні відтінки легко поєднуються з іншими кольорами та стилями, що дозволяє створювати унікальний інтер'єр, проявляти гнучкість у дизайні. Використання природних відтінків у дизайні ресторанного господарства є актуальним трендом, що поєднує естетику, екологічність і психологічний комфорт. Завдяки гармонійному поєднанню кольорів і матеріалів можна створити простір, який дарує відвідувачам не лише естетичне задоволення, а й емоційний комфорт. Саме такі фактори формують лояльність гостей і сприяють успіху ресторанного бізнесу в сучасних умовах.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Коренець, Ю. М. Дизайн об'єктів та інтер'єр приміщень закладів готельно-ресторанного бізнесу [Текст] : навч. посібник / Ю. М. Коренець, Є. Г. Клевцов. – Кривий Ріг : [ДонНУЕТ], 2020. – 162 с.
2. Проектування закладів ресторанного господарства : підручник / А. А. Мазаракі, С. Л. Шаповал, О. М. Григоренко та ін. ; за ред. А.А. Мазаракі. – К. : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2017. 184 с.
3. Сьомка С. В. Основи дизайну архітектурного середовища : підручник. Київ : Видавництво «Ліра-К», 2020. 480 с.
4. Сьомка С. В., Антонович Є. А. Дизайн інтер'єру, меблів та обладнання : підручник. Київ : Видавництво «Ліра-К», 2018. 400 с.

Науковий керівник: к. е. н., доцент Гопкало Л. М.

### ОСОБЛИВОСТІ ОРГАНІЗАЦІЇ НАДАННЯ ПОСЛУГ У КЕМПІНГАХ

**СТЕПАНЮК Ірина,**

*здобувачка освітнього ступеня «Бакалавр»*

*спеціальності «Готельно-ресторанна справа»,*

*Національний університет біоресурсів і природокористування України, м. Київ*

У сучасному туристичному середовищі кемпінги набувають все більшої популярності як альтернативний вид тимчасового розміщення. Цей тренд обумовлений зростаючим попитом на екологічний відпочинок, доступність та унікальну можливість тісного контакту з природою. Організація та технологія надання послуг у кемпінгах вимагає ретельного аналізу, оскільки поєднує в собі елементи традиційного готельного бізнесу та інноваційні підходи до обслуговування клієнтів.

Кемпінги є об'єктами готельного господарства, що надають послуги розміщення, харчування та розваг на відкритому повітрі. Вони можуть варіюватися від простих майданчиків для наметів до розкішних курортних комплексів. Світовий досвід організації кемпінгів демонструє зростання популярності цього виду розміщення, особливо серед екологічно свідомих туристів. У багатьох країнах Європи та Північної Америки кемпінги є добре розвиненою інфраструктурою, яка пропонує широкий спектр послуг та забезпечує високий рівень комфорту [1].

Види послуг, які надаються у закладах типу «кемпінг» діляться на основні та додаткові. Основні послуги передбачають надання місця для тимчасового проживання та харчування (зазвичай сніданок). Додаткові послуги не входять у вартість основної, замовляються окремо та оплачуються додатково. Це здебільшого побутові послуги, зокрема прання, хімчистка, ремонт та прасування одягу, які є важливими для комфортного перебування

гостей. Важливою складовою сервісу у кемпінгах є надання безкоштовних послуг, таких як виклик швидкої допомоги, користування медичною аптечкою, доставка кореспонденції, надання необхідного набору посуду та столового приладдя.

Класифікація кемпінгів здійснюється за різними критеріями, такими як: рівень комфорту (від базових до люксових); розташування (біля моря, в горах, у лісі); цільова аудиторія (сімейні, молодіжні, спортивні). Особлива увага приділяється екологічності кемпінгів, зокрема використанню відновлювальних джерел енергії; економії води; сортуванню сміття; використанню екологічно чистих матеріалів [2].

В Україні кемпінги як вид доступного тимчасового розміщення також набирає популярності як і у світі в цілому. Найпопулярнішими є кемпінги Карпатського регіону, серед яких можна виокремити заклади: «Petros» у селі Ясіня, Закарпатська обл., «Під Маковицею» у місті Яремче та «Perestanok» у селі Зелене Івано-Франківської обл. Ці заклади пропонують туристам місця для розміщення наметів та автотрейлерів, а також базові послуги, такі як харчування та організація дозвілля. Карпатські кемпінги забезпечують туристів доступом до електроенергії, води та каналізації. Послуги харчування в організовані у вигляді кафе, де туристам пропонуються страви української кухні. Заклади також пропонують туристам можливість самостійно готувати їжу на обладнаних місцях для пікніків.

Організація дозвілля у кемпінгах Карпатського регіону передбачає, як правило, організацію екскурсій, спортивних заходів та ігор. Заклад також пропонує і організовує туристам можливість займатися риболовлю та збиранням грибів та ягід. Проведений нами аналіз діяльності карпатських кемпінгів виявив деякі проблемні аспекти, зокрема: недостатній рівень комфорту для гостей в порівнянні з європейськими кемпінгами, що виявляється в обмеженому переліку послуг; недостатня екологічність закладу через відсутність енергоефективних технологій, перевитрати води, відсутність роздільного збору сміття, системи переробки відходів та використання одноразового пластикового посуду; відсутність сучасних цифрових технологій також шкодять конкурентоспроможності цього кемпінгу.

Удосконалити організацію обслуговування клієнтів у карпатських кемпінгах можливо шляхом розширення пропозиції додаткових послуг та впровадження низки інновацій та екологічних ініціатив, а саме:

розширити перелік послуг за рахунок організації прокату велосипедів, спортивного обладнання, організувати послуги няні, тематичні вечори та майстер-класи, розробити нові екскурсійні маршрути;

підвищити екологічність шляхом використання відновлювальних джерел енергії, економії води, сортування сміття, використання екологічно чистих матеріалів та популяризації природозбереження серед гостей;

впровадити інноваційні цифрові технології такі як: онлайн-бронювання, автоматизовані системи бронювання, інтерактивні карти та путівники, організація віртуальних рекламних турів по кемпінгах та околицях, активне ведення сторінок в соцмережах, впровадження системи лояльності для постійних клієнтів.

Реалізація запропонованих заходів дозволить карпатським кемпінгам підвищити свою конкурентоспроможність та залучити більше гостей. Загалом, розвиток кемпінгів є важливим напрямком розбудови індустрії гостинності в Україні. Впровадження інноваційних технологій, підвищення рівня комфорту та екологічності, а також врахування світового досвіду дозволить українським кемпінгам підвищити свою конкурентоспроможність та розширити аудиторію.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Мельник Н. Кемпінги та їхнє місце у розвитку туристичної інфраструктури. Сучасні тренди розвитку сфери гостинності: адаптація до викликів сьогодення : матеріали. І Всеукр. студент. наук.-практ. конференції, м. Івано-Франківськ, 16 травня 2024 р. С. 65-68.
2. Римар Ю. Кемпінгова інфраструктура в контексті сталого розвитку. Сталий розвиток – стан та перспективи : матеріали міжнародного наукового симпозіуму SDEV'2018, Львів-Славське, Україна, 28 лютого - 3 березня 2018 р. Львів : Панорама, 2018. С. 328-330.

Науковий керівник: д. е. н., професор Моргулець О. Б.

## БАЗИ ВІДПОЧИНКУ: СУЧАСНІ ПІДХОДИ ДО ОРГАНІЗАЦІЇ БІЗНЕСУ

**СУС Дана,**

*здобувачка освітнього ступеня «Бакалавр»  
спеціальності «Готельно-ресторанна справа»,*

*Національний університет біоресурсів і природокористування України, м. Київ*

У сучасному світі, де ритм життя стає дедалі швидшим, зростає потреба у повноцінному відпочинку та відновленні сил. Люди все більше усвідомлюють важливість якісного дозвілля, що сприяє збереженню фізичного та психічного здоров'я. У зв'язку з цим бази відпочинку відіграють важливу роль, надаючи можливість розслабитися, насолодитися природою, провести час із користю для здоров'я та отримати позитивні емоції.

Історія розвитку баз відпочинку охоплює не одне десятиліття. Відпочинкові комплекси зазнали значних змін, трансформувались від простих туристичних баз радянських часів до сучасних рекреаційних центрів, що відповідають високим стандартам комфорту та обслуговування. Якщо раніше бази відпочинку мали мінімальний набір послуг, зосереджуючись здебільшого на забезпеченні житла та харчування, то нині вони перетворилися на багатофункціональні комплекси, які пропонують широкий спектр розваг, оздоровчих процедур і активного дозвілля.

Сучасні бази відпочинку функціонують на основі кількох ключових принципів:

**Комфорт та безпека.** Відпочиваючі очікують високого рівня сервісу, тому важливо створювати якісні умови для проживання, харчування та обслуговування. Наявність сучасних зручностей, професійного персоналу та безпечного середовища є визначальними факторами при виборі місця відпочинку.

**Екологічність.** З огляду на зростаючу екологічну свідомість суспільства, бази відпочинку дедалі частіше впроваджують екологічно чисті матеріали у будівництві, використовують енергозберігаючі технології, запроваджують ефективні системи утилізації відходів та впроваджують принципи сталого розвитку.

**Різноманітність послуг.** Сучасні рекреаційні комплекси прагнуть задовольнити потреби різних категорій відпочиваючих, пропонуючи широкий вибір послуг. Це можуть бути спортивні майданчики, басейни, SPA-комплекси, сауни, ресторани, екскурсійні програми, розважальні заходи та багато іншого. Такий підхід дає змогу кожному знайти відпочинок до душі.

**Доступність.** Важливим аспектом розвитку баз відпочинку є їх доступність для широкого кола людей. Пропонуються різні варіанти розміщення – від бюджетних кемпінгів до елітних вілл. Гнучка система тарифів дозволяє кожному обрати оптимальний варіант відповідно до своїх фінансових можливостей.

Зміни у сфері туризму та відпочинку суттєво впливають на розвиток баз відпочинку. Спостерігається зростання інтересу до активного туризму, еко-туризму, оздоровчого відпочинку та духовних практик. Рекреаційні комплекси адаптуються до цих тенденцій, пропонуючи відповідні програми, такі як йога-тури, велопрогулянки, піші походи, риболовля, катання на байдарках тощо.

Окремої уваги заслуговує впровадження інноваційних технологій у сферу відпочинку. Використання «розумних» будинків, альтернативних джерел енергії, автоматизованих систем управління, мобільних додатків для бронювання та сервісу підвищує рівень комфорту та робить відпочинок ще більш зручним і приємним. Також дедалі популярнішою стає віртуальна реальність, яка дозволяє попередньо ознайомитися з місцем відпочинку та обрати найкращі варіанти дозвілля.

Економічна ефективність бази відпочинку значною мірою залежить від її розташування, концепції, якості послуг та маркетингової стратегії. Важливу роль відіграє попередній аналіз ринку, що дозволяє визначити цільову аудиторію, конкурентні переваги та перспективи розвитку. Раціональне планування допомагає мінімізувати ризики та забезпечити стабільний прибуток.

У перспективі бази відпочинку продовжуватимуть розвиватися, пристосовуючись до змін у суспільстві та технологічних інновацій. Вони ставатимуть не лише місцями для короткочасного відпочинку, а й центрами здорового способу життя, екологічної освіти та культурного обміну. Саме тому інвестиції в цю сферу мають великий потенціал і сприятимуть підвищенню якості відпочинку для широкого загалу.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Закон України «Про туризм»
2. Мальська М. П., Худолій Л. М., Цибух В. І. Основи теорії туризму: Навчальний посібник. К.: Центр навчальної літератури.
3. Туристична індустрія: теорія та практика / За ред. О. І. Ковальчука. – Львів: Видавництво ЛНУ, 2020.
4. Котлер Ф., Боуен Дж., Мейкенз Дж. "Маркетинг гостинності та туризму". К.: Видавництво "Альфа", 2019.

Науковий керівник: к. е. н., доцент Микицей Т. Д.

## АНАЛІЗ СТАНУ ГОТЕЛЬНОГО РИНКУ УКРАЇНИ

**ТВАРДОВСЬКА Єлизавета,**

*здобувачка освітнього ступеня «Бакалавр»*

*спеціальності «Готельно-ресторанна справа»,*

*Національний університет біоресурсів і природокористування України, м. Київ*

У сучасних умовах розвитку туристичної індустрії України спостерігається значне зростання кількості готелів та хостелів, що є наслідком активізації внутрішнього туризму [1]. Це явище вказує на стійкість та адаптивність готельного сектору до викликів, спричинених зовнішніми факторами.

Згідно з дослідженням, опублікованим на ресурсі InVenture, на середину 2024 року в Україні функціонувало 2017 готелів, які розподіляються наступним чином (рис. 1.) [2]

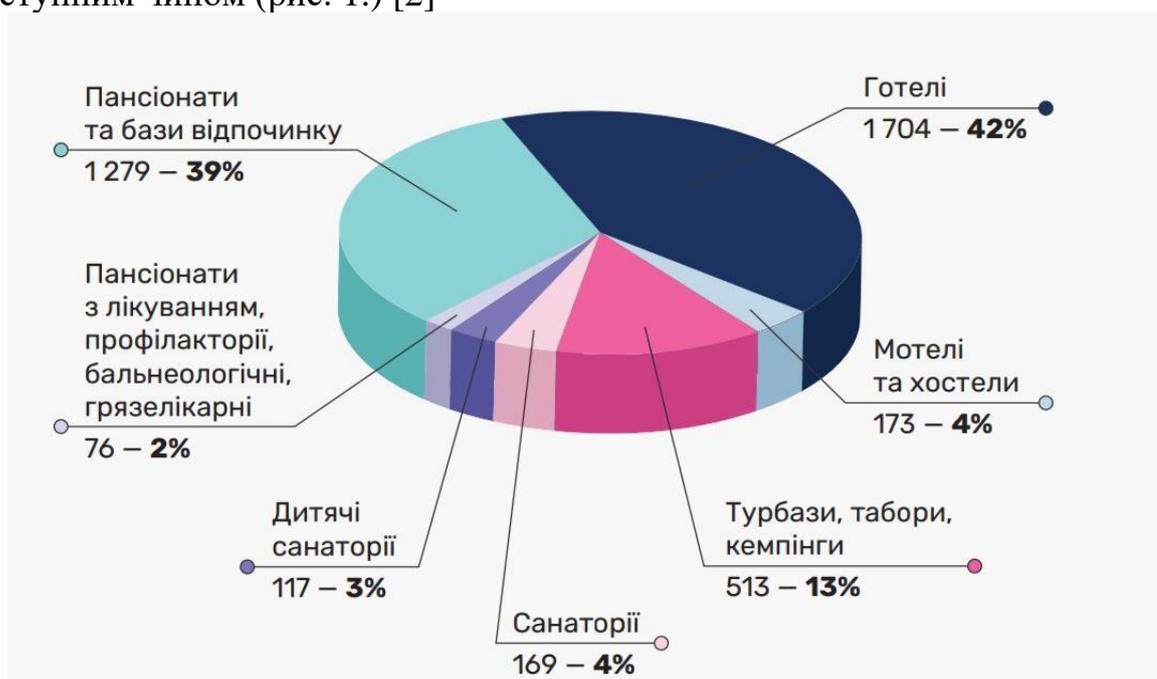


Рис. 1. Розподіл готелів за групами

Сформовано автором на основі [2]

Ці дані свідчать про домінування готелів різних форматів, які складають понад 80% ринку [3]. Водночас, хостели займають лише 4% від загальної кількості закладів розміщення, їхня популярність зростає, особливо серед молоді та бюджетних мандрівників.

Аналіз динаміки розвитку готельного ринку показує позитивні тенденції. Зокрема, кількість готелів збільшилася на 9,1%, мотелів — на 10,7%, а хостелів — на 28,7%. Це свідчить про адаптацію готельного бізнесу до сучасних потреб споживачів та його здатність до відновлення навіть в умовах складної економічної ситуації.

Варто зазначити, що внутрішній туризм став ключовим драйвером зростання готельної індустрії. Збільшення кількості внутрішніх подорожей та переміщення тимчасово переселених осіб суттєво сприяють відновленню галузі. Це підкреслює важливість розвитку внутрішнього туризму для стабілізації та зростання готельного сектору України.

Таким чином, аналіз показує, що готельний ринок України демонструє позитивні тенденції розвитку, зокрема завдяки зростанню внутрішнього туризму та адаптації до нових викликів. Це створює передумови для подальшого розширення готельної інфраструктури та покращення якості наданих послуг.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Bosovska M., Boiko M., Bovsh L., Okhrimenko A. and Vedmid N. Foresight (prevision) of development of the tourist system in Ukraine. Problems and Perspectives in Management, 2023. 21(4), 696–712.
2. Романуха О. М., Шаповалова І. В., & Шуляк Н. В. (2024). Тенденції розвитку світового ринку готельних послуг та місце України в ньому. Торгівля і ринок України, (2(54)). <https://doi.org/10.33274/2079-4762-2023-54-2-27-36/>
3. Мокрий, А., & Чепурда, Л. (2024). Аналіз стану та сучасних тенденцій розвитку вітчизняних підприємств готельного господарства. Інновації та технології в сфері послуг і харчування, (3 (13)), 57-61.

Науковий керівник: к. т. н., доцент Неїленко С. М.

## ІННОВАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ - ШЛЯХ ДО СТАБІЛЬНОСТІ ТА РОЗВИТКУ

**ТЕБЕНКО Ілля**

*здобувач освітнього ступеня «Бакалавр»,  
Таврійський державний агротехнологічний університет імені Д. Моторного,  
м. Запоріжжя*

Туристичний сектор є важливою складовою економіки, що відіграє ключову роль у формуванні національного доходу, створенні робочих місць та

залученні інвестицій. Проте останні роки характеризуються серйозними викликами для галузі, серед яких глобальна пандемія COVID-19, економічна нестабільність та військові дії, що суттєво вплинули на функціонування підприємств туристичного бізнесу [1].

Особливо вразливими до кризових явищ стали готельний та ресторанний бізнес, які є основою туристичної інфраструктури. Аналіз фінансових результатів підприємств у цих секторах свідчить про значні диспропорції у рівнях прибутковості, залежно від розміру компаній, адаптивності до змін ринку та загальної економічної ситуації в країні. Ресторанний бізнес загалом прибутковий, але прибутковість концентрується переважно у великих та середніх підприємств, тоді як малі та мікропідприємства мають високий рівень ризиків і частіше зазнають збитків.

Основними факторами прибутковості ресторанного бізнесу можна вважати: високу адаптивність до змін ринку (доставка, мобільне харчування, франчайзинг), відносно низькі бар'єри входу в галузь для нових гравців, диверсифікацію бізнес-моделей та впровадження цифрових технологій. Водночас ризиками та викликами можна вважати: високий рівень конкуренції, особливо серед малих та мікропідприємств, зростання собівартості сировини, оренди та операційних витрат, фінансова нестабільність малого бізнесу та його залежність від короткострокового попиту [2].

Готельний бізнес є більш ризикованим, ніж ресторанний сектор, оскільки більша частина підприємств, особливо малих та середніх, зазнає суттєвих збитків. Основними факторами кризового стану готельної галузі можна вважати: зниження туристичного потоку через війну, макроекономічну нестабільність та зниження купівельної спроможності населення; високу капіталоемність бізнесу та значні постійні витрати; відсутність великих гравців, які могли б стабілізувати ринок через інвестиційну активність.

Основними трендами розвитку HoReCa можна визначити [3]:

1. Локалізація бізнесу та використання українських продуктів.

68% респондентів зазначили збільшення використання локальних продуктів у ресторанах, 63% звертають увагу на українські напої, що підсилює інтерес до вітчизняного виробництва. Українська кухня та місцеві інгредієнти стають конкурентною перевагою для закладів громадського харчування.

2. Скорочення кількості закладів та нерівномірний розвиток ринку.

У 2022 році через воєнні дії закрилися понад 7 000 закладів, тоді як у 2023 році відкрилося близько 2 000, переважно у західних регіонах. Найбільші втрати на ринку спостерігаються у Харківській, Миколаївській, Запорізькій областях.

3. Зміна споживчих звичок та відновлення середнього чеку.

У 2023 році середній чек у ресторанах зріс на 23%, що пов'язано зі збільшенням собівартості та девальвацією. Найвищий ріст середнього чеку спостерігається у фаст-фуді (+20,7%), кав'ярнях (+19,5%) та кафе (+17,1%), що

вказує на зростання популярності доступного сегмента громадського харчування.

4. Кадровий дефіцит і висока плинність персоналу.

Серед опитаних - 71% закладів мали зміни у штаті за останні пів року, 13,6% оновили команду більш ніж на 50%. Основні проблеми - недостатній рівень підготовки персоналу, мобілізація та трудова міграція.

5. Діджиталізація та впровадження інноваційних технологій.

Попит на онлайн-сервіси, CRM-системи, автоматизовані каси та мобільні застосунки зростає. Інноваційні технології стають не просто трендом, а необхідною умовою для сталого розвитку підприємств HoReCa.

Ресторанний бізнес, який уже демонструє більшу стійкість у порівнянні з готельним сектором, активно використовує онлайн-платформи, мобільні додатки для замовлення, системи самообслуговування та CRM-рішення, що дозволяють персоналізувати обслуговування клієнтів та збільшити лояльність споживачів. Готельний бізнес має змогу покращити фінансові показники завдяки використанню штучного інтелекту для управління цінами, автоматизації бронювання, впровадженню цифрових ключів та систем управління гостьовим сервісом. Такі технологічні рішення не лише знижують витрати, а й сприяють створенню конкурентних переваг на ринку.

Аналіз ринку HoReCa в Україні за 2022 - 2024 роки демонструє складний період адаптації до воєнних і макроекономічних викликів. Основні фактори, що впливають на галузь, включають зниження купівельної спроможності населення, кадровий дефіцит, стан енергетичної системи, інфляційний тиск та воєнні ризики. Проте попри труднощі, ринок демонструє тенденції до трансформації та зростання через діджиталізацію, локалізацію продуктів та зміну споживчих вподобань.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Тебенко В.М., Завадських Г.М., Лисак О.І. Інноваційні складові відновлення сфери туризму. Науково-виробничий журнал «Бізнес-навігатор», 2022. №3 (70). С. 70-75.
2. Питома вага підприємств, які отримали збиток, у загальній кількості підприємств, за видами економічної діяльності у розрізі регіонів (2014–2022) URL: <https://www.ukrstat.gov.ua/> (дата звернення 10.02.2025 р.)
3. Український ринок HORECA: основні показники, проблеми та тенденції. 2024. Компанія Pro-Consulting. URL: <https://pro-consulting.ua/ua/pressroom/rynok-horeca-v-usloviyah-polnomasshtabnoj-vojni> (дата звернення 10.12.2024 р.)

Науковий керівник: к. е. н., доцент Тебенко В. М.

## **РОЛЬ HR-БРЕНДУ У ЗАЛУЧЕННІ ТАЛАНОВИТИХ ФАХІВЦІВ ДО ГОТЕЛЬНОЇ СФЕРИ: ДОСВІД «PREMIER PALACE HOTEL»**

**ТОНКОНОЖЕНКО Артем,**

*здобувач освітнього ступеня «Бакалавр»*

*спеціальності «Готельно-ресторанна справа»,*

*Національний університет біоресурсів і природокористування України, м. Київ*

У сучасному готельному бізнесі велике значення має не лише якість послуг, а й рівень задоволеності працівників своєю роботою. Конкуренція за найкращі кадри стає дедалі більшою, і для успішного функціонування готелів необхідно створювати сильний HR-бренд. Він допомагає залучати кваліфікованих спеціалістів, формувати позитивний імідж роботодавця та підвищувати рівень обслуговування гостей. Готель «Premier Palace Hotel» є прикладом компанії, яка ефективно впроваджує HR-брендинг для залучення та утримання талановитих фахівців.

### **1. Значення HR-бренду у готельному бізнесі.**

HR-бренд відіграє важливу роль у створенні позитивного іміджу готельного підприємства як привабливого роботодавця. Висока конкуренція на ринку праці, особливо у сфері гостинності, вимагає від готельних компаній стратегічного підходу до залучення та утримання кваліфікованих спеціалістів. Готель «Premier Palace Hotel» є прикладом успішної реалізації HR-брендингу, що базується на розвитку корпоративної культури, інвестуванні в професійне навчання персоналу та впровадженні сучасних комунікаційних стратегій.

### **2. Корпоративна культура як основа HR-брендингу.**

Однією з основ HR-брендингу є формування корпоративної культури, яка сприяє залученню та утриманню найкращих спеціалістів. У готелі «Premier Palace Hotel» створено комфортне робоче середовище, що підтримується мотиваційними програмами та можливостями кар'єрного зростання. Турбота про персонал та створення умов для розвитку працівників допомагають формувати лояльність до роботодавця, що, у свою чергу, впливає на якість обслуговування клієнтів.

### **3. Навчання та розвиток персоналу.**

Навчання та професійний розвиток персоналу є ще одним ключовим аспектом HR-бренду. Готель «Premier Palace Hotel» активно інвестує у тренінгові програми, підвищення кваліфікації та стажування співробітників, що дозволяє не тільки покращувати професійні навички команди, але й підвищувати її конкурентоспроможність на ринку. Підтримка прагнення до саморозвитку сприяє залученню нових талантів, які зацікавлені у зростанні разом із компанією.

### **4. Рекрутингові стратегії та бренд-менеджмент.**

Ефективні рекрутингові стратегії та бренд-менеджмент відіграють значну роль у позиціонуванні готелю як привабливого роботодавця. Використання сучасних цифрових технологій, активна присутність у соціальних мережах та партнерство з освітніми закладами дозволяють готелю

«Premier Palace Hotel» залучати найкращих спеціалістів у сфері гостинності. Крім того, соціальні ініціативи та сприятливі умови праці роблять компанію не лише місцем роботи, а й спільнотою, яка цінує своїх співробітників та дбає про їхнє благополуччя.

#### 5. Вплив HR-бренду на успіх готелю.

Готель «Premier Palace Hotel» демонструє ефективність цих підходів, що дозволяє не тільки підтримувати високий рівень обслуговування, але й забезпечувати довгострокову лояльність персоналу. Формування сильного HR-бренду стає запорукою успішного розвитку готелю у сфері гостинності, адже залучення талановитих фахівців безпосередньо впливає на репутацію та конкурентоспроможність закладу.

### СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Інноваційні підходи для покращення роботи готельного бізнесу: [https://tourlib.net/statti\\_ukr/voroshylva4.htm?utm\\_source=chatgpt.com](https://tourlib.net/statti_ukr/voroshylva4.htm?utm_source=chatgpt.com)
2. Підходи до оцінки привабливості та конкурентоспроможності HR-бренду у сфері HoReCa: [https://www.academia.edu/73683853/Підходи\\_до\\_оцінки\\_привабливості\\_та\\_конкурентоспроможності\\_HR\\_бренду\\_у\\_сфері\\_HoReCa?utm\\_source=chatgpt.com](https://www.academia.edu/73683853/Підходи_до_оцінки_привабливості_та_конкурентоспроможності_HR_бренду_у_сфері_HoReCa?utm_source=chatgpt.com)
4. Управління брендом в готельному бізнесі: <https://repository.kpi.kharkov.ua/server/api/core/bitstreams/ecbc9256-d353-4489-ac1c-68b1e249238d/content>

Науковий керівник: к. е. н., доцент Гопкало Л. М.

### ВИКОРИСТАННЯ ШТУЧНОГО ІНТЕЛЕКТУ У СФЕРІ HOReCA: ДОСВІД КРАЇН ЄС

**ТРОНОВИЧ Олена,**

*здобувачка освітнього ступеня «Бакалавр»  
спеціальності «Готельно-ресторанна справа»,*

*Київський національний університет технологій та дизайну, м. Київ*

Сучасні технології значно змінюють індустрію гостинності (HoReCa – Hotels, Restaurants, Catering), роблячи її ефективнішою та конкурентоспроможною. Одним із ключових рушіїв цих змін є штучний інтелект (ШІ), який активно впроваджується в готельно-ресторанний бізнес країн ЄС. Автоматизація обслуговування, персоналізація сервісу, оптимізація витрат і підвищення швидкості роботи – основні переваги застосування ШІ у HoReCa.

Україна рухається шляхом євроінтеграції, що передбачає адаптацію світових технологічних трендів у сфері гостинності. Використання штучного

інтелекту може допомогти українським компаніям стати конкурентоспроможними на європейському ринку. Аналіз досвіду країн ЄС дозволить визначити ефективні стратегії для впровадження цих технологій у вітчизняний бізнес.

Основні напрямки використання штучного інтелекту у HoReCa це чат-боти та голосові асистенти. У готелях і ресторанах ЄС поширене використання AI-асистентів для взаємодії з клієнтами. Наприклад, мережа Hilton Hotels впровадила голосового помічника "Connie", який надає гостям інформацію та допомагає бронювати послуги. Подібні технології дозволяють зменшити навантаження на персонал і покращити якість обслуговування.

Персоналізовані рекомендації та аналіз поведінки клієнтів. ШІ аналізує поведінку гостей, їхні уподобання та історію замовлень для створення індивідуальних пропозицій. Наприклад, Booking.com використовує ШІ для персоналізації пошукових запитів, а McDonald's застосовує AI для прогнозування попиту та зміни меню в реальному часі.

Автоматизація процесів в ресторанах та готелях. ШІ допомагає оптимізувати логістику, закупівлі та контроль якості продуктів. Наприклад, Domino's Pizza застосовує AI для прогнозування попиту та автоматизації доставки, що дозволяє зменшити витрати та покращити швидкість обслуговування.

Роботизація у сфері обслуговування. Європейські ресторани та готелі активно експериментують із роботами-офіціантами та консьєржами. Henn-na Hotel використовує роботів для реєстрації гостей, а Robot.Heaven Café у Німеччині – це повністю автоматизований ресторан, де робо-офіціанти приймають замовлення та подають їжу.

Інтелектуальні системи безпеки. Готелі та ресторани ЄС впроваджують розпізнавання облич, автоматизовані системи контролю доступу та розумні камери відеоспостереження. Наприклад, Radisson Blu застосовує Face ID для швидкої реєстрації гостей, що покращує безпеку та комфорт проживання.

Переваги впровадження штучного інтелекту у HoReCa:

1. Оптимізація витрат – зменшення витрат на персонал та логістику.
2. Підвищення якості обслуговування – персоналізовані пропозиції, швидка обробка запитів.
3. Розвиток безконтактного обслуговування – актуально в умовах пандемії та після неї.
4. Аналіз поведінки клієнтів – використання даних для прогнозування попиту.
5. Автоматизація рутинних процесів – використання ШІ для прискорення роботи.

Попри активний розвиток HoReCa в Україні, рівень цифровізації галузі ще поступається європейському. Основними викликами є висока вартість впровадження технологій, нестача кваліфікованих спеціалістів та відсутність адаптованих рішень для малого та середнього бізнесу. Водночас адаптація європейського досвіду дозволить значно підвищити рівень обслуговування в українських готелях і ресторанах, що сприятиме інтеграції країни в європейський туристичний простір.

Дослідження ґрунтується на аналізі наукових статей та звітів про впровадження AI у HoReCa, оглядах реальних кейсів європейських компаній та дослідженнях ринку від Deloitte, McKinsey, Statista.

Використання штучного інтелекту у сфері HoReCa в країнах ЄС дає змогу автоматизувати обслуговування, знизити витрати та підвищити якість послуг. Українські підприємства можуть значно виграти від впровадження таких технологій, адаптуючи європейський досвід до власних реалій. Підвищення рівня цифровізації у сфері HoReCa сприятиме інтеграції України в європейський туристичний і ресторанний бізнес.

Отже, впровадження AI – це не просто тренд, а необхідність для розвитку конкурентоспроможного готельно-ресторанного бізнесу в Україні.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Застосування штучного інтелекту в ресторанному бізнесі [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://restaurant-hotel.knukim.edu.ua/article/view/305960/297511> (дата звернення: 16.02.2025).
2. Штучний інтелект в ресторанному бізнесі [Електронний ресурс] // ChoiceQR. – Режим доступу: <https://choiceqr.com/uk/news/shtuchnyj-intelekt-v-restorannomu-biznesi/> (дата звернення: 16.02.2025).
3. Шафір П.Л., Гузар У.Є. Впровадження штучного інтелекту у закладах індустрії гостинності в умовах сьогодення [Електронний ресурс] / Львівський державний університет фізичної культури імені Івана Боберського. – Режим доступу: [https://elartu.tntu.edu.ua/bitstream/lib/46611/2/CHUMACON12\\_2024\\_Shafir\\_P-Implementation\\_of\\_artificial\\_113-114.pdf](https://elartu.tntu.edu.ua/bitstream/lib/46611/2/CHUMACON12_2024_Shafir_P-Implementation_of_artificial_113-114.pdf) (дата звернення: 16.02.2025).

## КОНЦЕПТУАЛЬНЕ ОБҐРУНТУВАННЯ СПОРТИВНО-ОЗДОРОВЧОГО КОМПЛЕКСУ В М.ЯРЕМЧЕ

**УКРАЇНЕЦЬ Ірина,**

*здобувачка освітнього ступеня «Бакалавр»*

*спеціальність «Готельно-ресторанна справа»,*

*Національний університет біоресурсів і природокористування України, м. Київ*

Місто Яремче розташоване в Івано-Франківській області України і є одним з найпопулярніших туристичних центрів країни. Завдяки своєму унікальному географічному положенню та природним ресурсам, Яремче має великий потенціал для розвитку туризму та спорту. Метою цієї роботи є аналіз інфраструктури міста та підприємств, які надають спортивно-оздоровчі послуги, а також визначення перспектив розвитку нового підприємства в цьому напрямку.

Яремче має добре розвинуту транспортну інфраструктуру, що сприяє його доступності для туристів з різних регіонів України та з-за кордону. Також місто зберегло австро-угорську архітектуру, яка поєднується з сучасними оздоровчими закладами та спортивними спорудами. Наявність гірських річок та лісів створює ідеальні умови для розвитку активного туризму та спорту.

У місті функціонує ряд підприємств, які пропонують різноманітні спортивно-оздоровчі послуги. Серед них виділяються санаторії та готелі, які забезпечують комплексні оздоровчі програми. Близькість до одного з найбільших гірськолижних курортів України, Буковеля, а також наявність власних гірськолижних трас в Яремчі роблять місто привабливим для любителів гірських видів спорту.

Крім того, місто пропонує можливості для пішохідного туризму, рафтингу та інших видів активного відпочинку.

Аналіз існуючих підприємств та їхніх послуг показує, що ринок спортивно-оздоровчих послуг в Яремчі досить насичений.

Основними конкурентами майбутнього підприємства будуть інші гірськолижні курорти Карпат, такі як Буковель та інші оздоровчі центри регіону. Для успішного розвитку нового підприємства необхідно провести ретельний аналіз ринку та розробити стратегію, яка б враховувала потреби клієнтів та переваги конкурентів.

Яремче має великий потенціал для розвитку спортивно-оздоровчих підприємств завдяки своїй інфраструктурі та природним ресурсам. Для створення нового підприємства необхідно враховувати конкурентне середовище та потреби ринку. Рекомендується розробити комплексну стратегію розвитку підприємства, яка б включала інноваційні послуги та маркетингові заходи для приваблення клієнтів. Завдяки цьому можна підвищити конкурентоспроможність підприємства та забезпечити його успішну діяльність на ринку спортивно-оздоровчих послуг.

Перспективи розвитку підприємств спортивно-оздоровчого напрямку в Яремчі досить оптимістичні. Розробка нових туристичних маршрутів, створення нових спортивних споруд та розвиток інфраструктури можуть значно збільшити потік туристів та підвищити економічний розвиток регіону.

Завдяки цьому місто зможе стати одним з провідних туристичних центрів України та Європи.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Туризм Івано-Франківської області'2023 [Електронний ресурс]: Режим доступу: <https://speakerdeck.com/iftourism/turizm-ivano-frankivskoyi-oblasti2023>
2. Панкова Є.В. Туристичні ресурси історичної Галичини. Івано-Франківська область [Електронний ресурс]: Режим доступу: [https://tourlib.net/books\\_ukr/pankova612.htm](https://tourlib.net/books_ukr/pankova612.htm)
3. Івано-Франківська область [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.karpaty.info/ua/uk/if>

## СУЧАСНІ ПІДХОДИ ДО МОТИВАЦІЇ ПЕРСОНАЛУ ПІДПРИЄМСТВА ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ

**ХАРЧЕНКО Євгеній,**

*здобувач освітнього ступеня «Бакалавр»  
спеціальності «Готельно-ресторанна справа»,  
Київський національний університет технологій та дизайну, м. Київ*

Готельно-ресторанний бізнес є однією з найдинамічніших сфер економіки, де якість обслуговування залежить від мотивації персоналу. В умовах воєнного стану та економічної нестабільності в Україні проблема мотивації набуває особливої актуальності. Висока плинність кадрів, емоційне вигорання та дефіцит кваліфікованих працівників вимагають застосування сучасних підходів до стимулювання персоналу. Ефективна система мотивації має включати матеріальні та нематеріальні стимули, сприяти професійному розвитку та забезпечувати комфортні умови праці.[3]

Сучасні методи мотивації персоналу у сфері гостинності поділяються на три основні групи: матеріальні, нематеріальні та організаційні. Серед матеріальних стимулів найбільш ефективними є гнучка система оплати праці та система бонусів, що базується на оцінці ключових показників ефективності (КПІ). У міжнародних готельних мережах, таких як Accor та Hilton, працівники отримують премії за високу якість обслуговування, позитивні відгуки гостей та зростання середнього чека. Важливим інструментом залучення персоналу є участь у прибутку компанії. Деякі українські готелі впроваджують механізми розподілу доходу між працівниками, що сприяє їхній зацікавленості у покращенні фінансових показників підприємства.[2]

Нематеріальні стимули відіграють важливу роль у збереженні персоналу. Кар'єрне зростання та навчання забезпечують професійний розвиток співробітників і знижують рівень їхньої плинності. Мережі Marriott та Radisson реалізують внутрішні освітні програми, що дають можливість персоналу підвищувати кваліфікацію та отримувати керівні посади. Значну увагу приділяють створенню сприятливого робочого середовища, організації командних заходів і програм підтримки психологічного здоров'я. У деяких готелях діють wellness-програми, що включають заняття спортом, консультації з психологами та тренінги з управління стресом.[1]

Організаційні підходи спрямовані на підвищення ефективності праці. Впровадження гнучкого графіка роботи, використання моделі \*split shift\* і можливість самостійного вибору змін дозволяють персоналу краще балансувати робочий та особистий час, що сприяє зниженню рівня вигорання. Цифровізація та гейміфікація також активно впроваджуються у сфері гостинності. HR-системи дозволяють працівникам контролювати робочий графік, отримувати зворотний зв'язок і слідкувати за рівнем бонусів. Готелі, такі як AccorHotels, застосовують мобільні додатки з елементами гейміфікації, які включають рейтинги, внутрішні змагання та систему винагород.

Таким чином, сучасні методи мотивації персоналу у готельно-ресторанному бізнесі базуються на фінансових стимулах, можливостях кар'єрного розвитку, корпоративній культурі та впровадженні цифрових технологій. Комплексний підхід до мотивації сприяє залученню та утриманню працівників, покращенню якості обслуговування та підвищенню конкурентоспроможності підприємств сфери гостинності. Українські готелі та ресторани мають адаптувати європейські практики мотивації, використовуючи інноваційні підходи для забезпечення стабільного розвитку галузі.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Глотов Н. А. Специфіка управління персоналом на вітчизняних підприємствах готельно-ресторанного господарства // Світові досягнення і сучасні тенденції розвитку туризму та готельно-ресторанного господарства : матеріали Міжнар. наук.-практ. конф. (м. Запоріжжя, 25 листопада 2022 р.). Запоріжжя : НУ «Запорізька політехніка», 2022. С. 502-505. URL: [https://tourlib.net/statti\\_ukr/glotov.htm](https://tourlib.net/statti_ukr/glotov.htm) (дата звернення: 12.02.2025).
2. Ткаченко О. П., Ольшанський О. В. Мотивація персоналу підприємств ресторанного господарства в умовах кризи // Економічна стратегія і перспективи розвитку сфери торгівлі та послуг. 2009. Вип. 2. С. 512-518. URL: [https://tourlib.net/statti\\_ukr/tkachenko9.htm](https://tourlib.net/statti_ukr/tkachenko9.htm) (дата звернення: 24.02.2025).
3. Використання сучасних мотиваційних інструментів на підприємствах готельно-ресторанного бізнесу // Scientia Report. 2024. URL: <https://previous.scientia.report/index.php/archive/article/view/2206> (дата звернення: 24.02.2025).

## ОПТИМІЗАЦІЯ МАРКЕТИНГОВИХ КАМПАНІЙ ГОТЕЛІВ ЗА ДОПОМОГОЮ ШТУЧНОГО ІНТЕЛЕКТУ

**ЧАГОВЕЦЬ Євгенія,**

*здобувачка освітньо-професійного ступеня «Фаховий молодший бакалавр»,  
спеціальності «Інженерія програмного забезпечення»,  
Київський фаховий коледж туризму та готельного господарства, м. Київ*

Штучний інтелект (далі - ШІ) стає потужним інструментом для оптимізації маркетингових кампаній у сфері готельного бізнесу. Його здатність аналізувати великі обсяги даних, передбачати поведінку користувачів та надавати персоналізовані рекомендації відкриває нові можливості для залучення клієнтів і підвищення ефективності реклами. [1]

Роль ШІ при розробці стратегій для просування та маркетингової політики готелів можна розділити за такими напрямками:

*Аналіз великих обсягів даних*

Штучний інтелект аналізує значні масиви інформації, включаючи поведінкові патерни користувачів, демографічні дані та популярні напрямки

подорожей. Ця аналітика дозволяє створювати прогнози щодо уподобань клієнтів і тенденцій на ринку, що стає основою для ефективних маркетингових стратегій.

#### *Інтеграція підходів для розробки стратегій на основі реальних даних*

Штучний інтелект пропонує інтегровані підходи до створення різних видів маркетингових стратегій спираючись на дані отримані в пункті 1. Він формує цілісну картину ринку, допомагаючи створити конкурентоспроможні стратегії, спрямовані на залучення нових клієнтів і підтримку лояльності постійних.

#### *Оптимізація реклами*

ШІ автоматично налаштовує рекламні кампанії, відстежуючи їх ефективність у реальному часі [4].

Алгоритми визначають оптимальні канали комунікації, час публікації та зміст, що підвищує конверсії. Наприклад, використання Google Ads або Facebook Ads стає більш точним завдяки ШІ-оптимізації [5].

#### *Цифрові канали просування*

Штучний інтелект дозволяє готелям ефективніше використовувати платформи соціальних мереж для залучення клієнтів. Генерація візуального контенту, управління публікаціями та визначення часу публікації здійснюються на основі аналізу активності аудиторії.

#### *Прогнозування трендів і попиту*

Завдяки машинному навчанню ШІ може передбачати сезонний попит, зміну цін та визначати найбільш вигідні періоди для просування готелів. Це дозволяє готелям краще планувати маркетингові бюджети та мінімізувати втрати [2].

#### *Персоналізований підхід до клієнтів*

Завдяки ШІ можливе створення персоналізованих пропозицій, які відповідають інтересам кожного клієнта. Це включає спеціальні пропозиції для різних типів гостей (бізнес-подорожуючі, сімейні туристи чи соло-мандрівники) та автоматичне оновлення рекомендацій залежно від поведінки користувачів на платформі.

#### *Автоматизація підтримки програм лояльності*

ШІ забезпечує більш точну сегментацію клієнтів у програмах лояльності [3]. Відстеження історії бронювань, вподобань та частоти подорожей допомагає створювати індивідуальні пропозиції, знижки або бонуси для постійних клієнтів. Це сприяє не лише збільшенню кількості повторних бронювань, а й встановленню довготривалих партнерських відносин із клієнтами, підвищуючи їхню лояльність та задоволеність послугами.

#### *Автоматизація комунікацій*

ШІ відповідає на запити клієнтів, обробляє попередні бронювання та пропонує варіанти номерів у режимі реального часу, що значно покращує взаємодію з потенційними гостями.



Рис. 1. Можливості ШІ для оптимізації маркетингових кампаній в готелях

Одним із ключових аспектів використання ШІ для проведення ефективних маркетингових кампаній в готелях є аналіз поведінки користувачів на сайті для бронювання номерів та послуг і подальше створення рекламних стратегій відповідно до категорії клієнтів. Завдяки сегментуванню аудиторії та персоналізації пропозицій готелі можуть точніше таргетувати клієнтів, досягати кращих результатів та зменшити витрати. Для цього розглянемо три категорії користувачів.

До першої категорії віднесемо незареєстрованих користувачів та користувачів, які не скористалися функціоналом сайту готелю. ШІ аналізує їх пошукові запити, взаємодію з різними сторінками сайту та тривалість перебування на них. На основі цих даних формуються персоналізовані пропозиції, які привертають увагу таких користувачів. Наприклад, можна запропонувати знижки для першого бронювання чи рекламувати найпопулярніші туристичні місця у відповідному регіоні. Ретаргетинг стає основним інструментом для залучення незареєстрованих відвідувачів, які залишили сайт без дій.

Зареєстрованих користувачів, які здійснили менше 5 бронювань, віднесемо до другої категорії. Штучний інтелект аналізує їхню історію взаємодії із сайтом: які готелі вони переглядали, які послуги обирали, а також частоту їх подорожей. Для таких користувачів ШІ може формувати email-розсилки з персоналізованими пропозиціями, наприклад, знижками на номери, які відповідають їх попереднім уподобанням, або бонусами за повторне бронювання. Мета цієї стратегії - стимулювати їх до регулярного використання платформи.

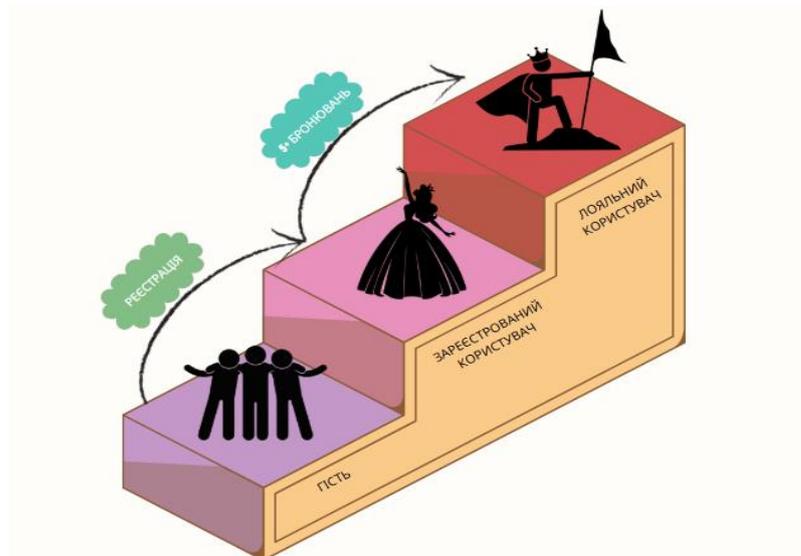


Рис. 2. Можливості користувачів в залежності від категорії

Третя категорія - це зареєстровані користувачі з більш ніж п'ятьма бронюваннями, які, як правило, беруть участь у програмі лояльності. ШІ аналізує їхню довгострокову поведінку, переваги у виборі готелів і частоту бронювань. Для таких клієнтів створюються спеціальні акції та бонусні програми, наприклад, накопичувальні бали чи доступ до ексклюзивних пропозицій. Рекламні кампанії для цієї категорії орієнтовані на підвищення лояльності та довгострокову співпрацю, наприклад, через push-сповіщення про акції на улюблені напрямки.

Розподіл клієнтів і відвідувачів сайту на три категорії дозволяє ефективно адаптувати маркетингові стратегії для кожної групи, використовуючи потенціал штучного інтелекту. Цей підхід до сегментації дозволяє готелям ефективно розподіляти ресурси, персоналізувати взаємодію з гостями та досягати кращих результатів у маркетингових кампаніях, сприяючи підвищенню доходів і поліпшенню клієнтського досвіду.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. AI in hospitality: 12 ways artificial intelligence is impacting hotels. Cloudbeds. URL: <https://www.cloudbeds.com/articles/ai-in-hospitality/>
2. Hotel marketing trends 2024 - what's coming next. smallbizoptimize.com. URL: <https://smallbizoptimize.com/hotel-marketing-trends-2024/>
3. Integrating AI in hotel marketing: future trends and current uses - DIT blog. DIT Blog. URL: <http://surl.li/trtfbi>
4. The ultimate guide to AI in hotel marketing - WIWT. WIWT - Wish I Was There. URL: <http://surl.li/gtqlui>
5. 8 hotel marketing trends to boost your hotel's campaigns in 2024. Hotelchamp - Own your hotel's direct channel. URL: <http://surl.li/mrsivw>

Науковий керівник: завідувачка відділенням підприємництва та інформаційних технологій, викладач-методист Любима А. Є.

## МЕХАНІЗМ ДЕРЖАВНОГО РЕГУЛЮВАННЯ СФЕРИ ГОСТИННОСТІ В УКРАЇНІ

**ЧЕРНЯВСЬКИЙ Єгор,**

*здобувач освітнього ступеня «Бакалавр»*

*спеціальності «Готельно-ресторанна справа»,*

*Національний університет біоресурсів і природокористування України, м. Київ*

Сфера гостинності є важливим елементом економіки України, адже охоплює готельний бізнес, ресторанну справу, туристичні послуги та рекреаційну діяльність. В умовах глобалізації та інтеграції у світовий економічний простір забезпечення високих стандартів якості в індустрії гостинності вимагає ефективного державного регулювання. Зокрема, у післявоєнний період перед державою стоять завдання відновлення туристичної інфраструктури, залучення іноземних інвесторів і підтримки національних підприємців [1]. Актуальність дослідження також зумовлена потребою гармонізації українського законодавства з європейськими нормами, що є частиною стратегічного курсу країни на євроінтеграцію.

Державне регулювання сфери гостинності в Україні здійснюється через систему законодавчих, фінансово-економічних та адміністративних механізмів. Основними нормативно-правовими актами, що регулюють діяльність індустрії гостинності, є Закони України «Про туризм», «Про курорти», «Про ліцензування видів господарської діяльності», Постанова Кабінету Міністрів України «Про затвердження Порядку встановлення категорій готелям та іншим об'єктам, що призначаються для надання послуг з тимчасового розміщення (проживання)» та інші відповідні підзаконні акти [2].

Регулювання діяльності суб'єктів сфери гостинності в Україні здійснюється низкою державних органів, кожен із яких виконує свою специфічну роль у забезпеченні якісних стандартів послуг. Зокрема, Державне агентство розвитку туризму відповідає за формування та реалізацію державної політики у сфері туризму й гостинності, сприяє розвитку туристичної інфраструктури, удосконаленню нормативно-правової бази та популяризації національного туристичного продукту. Водночас Державна служба України з питань безпечності харчових продуктів і захисту споживачів здійснює контроль за дотриманням санітарних та епідеміологічних вимог, перевіряє якість харчових продуктів і послуг, що надаються у закладах розміщення та громадського харчування. Органи місцевого самоврядування також відіграють важливу роль, регулюючи діяльність готелів, ресторанів та інших підприємств сфери гостинності на регіональному рівні. Зокрема вони відповідають за видачу дозвільних документів, контроль за благоустроєм та дотриманням санітарних норм, гігієнічних стандартів та забезпечення безпеки харчових продуктів, що є запорукою високої якості послуг і комфорту для відвідувачів.

Значну роль у регулюванні діяльності суб'єктів сфери гостинності відіграють також міжнародні ініціативи, які сприяють гармонізації українського

законодавства з міжнародними стандартами та підвищенню рівня якості наданих послуг. Зокрема, Угода про асоціацію з Європейським Союзом передбачає імплементацію норм і вимог, встановлених Європейською туристичною комісією, що сприяє розвитку туристичної галузі та її інтеграції у світовий ринок. Це охоплює вдосконалення системи сертифікації, впровадження єдиних критеріїв оцінки якості готельних послуг, адаптацію санітарних і безпекових норм відповідно до європейських вимог [3]. Виконання цих зобов'язань підвищує довіру іноземних туристів, сприяє зростанню конкурентоспроможності українських підприємств і відкриває нові можливості для міжнародного співробітництва у сфері гостинності.

Однак важливою проблемою залишається недосконалість законодавчої бази щодо категоризації готелів, що ускладнює інтеграцію українських стандартів із міжнародними. Відсутність чітких критеріїв оцінки якості послуг та інфраструктури закладів розміщення призводить до різночитань у визначенні категорійності готелів, що негативно впливає на довіру споживачів і створює бар'єри для міжнародного туризму. Важливим кроком на шляху до розв'язання цієї проблеми є гармонізація української системи категоризації з європейськими стандартами, що передбачає впровадження прозорих механізмів сертифікації та контролю якості. Запровадження єдиних критеріїв, адаптованих до міжнародних вимог, сприятиме підвищенню рівня обслуговування, залученню інвестицій у сферу гостинності та покращенню іміджу України як привабливої туристичної дестинації.

Ефективне державне регулювання сфери гостинності є важливим фактором економічного розвитку України. Незважаючи на наявні механізми законодавчого, фінансово-економічного та адміністративного регулювання, у галузі залишаються проблеми, пов'язані з високим податковим навантаженням, складністю отримання дозвільної документації та необхідністю гармонізації стандартів із європейськими нормами. Удосконалення регуляторної політики сприятиме залученню інвестицій, розвитку туристичного потенціалу та підвищенню якості послуг у сфері гостинності.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Аналітичне дослідження втрат туристичної індустрії від війни в Україні. URL: <https://nto.ua/assets/files/ntou-library-war-%D0%86mpact-analysis.pdf> (дата звернення 25.02.2025).
2. Державне агентство розвитку туризму України. Нормативна база. URL: <https://www.tourism.gov.ua/orders> (дата звернення 26.02.2025).
3. Дишкантюк О.В. Інституційна гармонізація та міжнародні стандарти в розвитку індустрії гостинності. Проблеми системного підходу в економіці. 2024. № 4 (97). 112-121. DOI: <https://doi.org/10.32782/2520-2200/2024-4-16>

Науковий керівник: д. е. н., професор Моргулець О. Б.

## ТЕХНІКО-ЕКОНОМІЧНЕ ОБҐРУНТУВАННЯ ПРОЄКТУ

**ЧОВГАЛ Владислава,**

*здобувачка освітнього ступеня «Бакалавр»*

*спеціальності «Готельно-ресторанна справа»,*

*Національний університет біоресурсів і природокористування України, м. Київ*

Техніко-економічне обґрунтування проекту будівництва фермерського будинку на 40 номерів в місті Яремче передбачає ретельний аналіз різних аспектів, пов'язаних з вибором місця розміщення, оцінкою існуючого ринку готельних послуг, а також визначенням потреб потенційних споживачів та можливостей для реалізації проекту.

Місто Яремче, розташоване в Карпатах на заході України, є одним із найбільш привабливих туристичних напрямків завдяки своїй природній красі, розвиненій інфраструктурі та культурним традиціям. Район характеризується помірно-континентальним кліматом, що робить його ідеальним для розвитку агротуризму. Середні температури влітку варіюються від +18 до +22 градусів Цельсія, що забезпечує комфортні умови для відпочинку. Розвинена транспортна мережа, включаючи автошляхи та залізничне сполучення, дозволяє легко досягти основних туристичних атракцій, таких як водоспад “Пробій” і Гуцульський сувенірний ринок. З цієї точки зору, вибір Яремче для реалізації проекту фермерського будинку є обґрунтованим, оскільки він має не лише природні переваги, а й економічні можливості завдяки високому попиту на туристичні послуги.

Огляд існуючого ринку готельних послуг показав наявність значного попиту на різні формати розміщення, зокрема на альтернативні форми відпочинку, як-от агротуризм. В регіоні вже є близько 80 готелів та гостьових будинків, які надають послуги проживання. Проте більшість цих закладів орієнтовані на традиційний туризм і не пропонують достатньо інноваційних або екологічно чистих послуг, що створює можливість для заповнення нішевого ринку, пов'язаного з агротуризмом. Високий попит на органічне харчування, екскурсії по фермах та активний відпочинок, згідно з проведеними опитуваннями, підтверджує необхідність розвитку таких проєктів. Таким чином, створення фермерського будинку на 40 номерів дозволить заповнити цю прогалину і задовольнити попит на екологічно чисті та автентичні туристичні послуги [1].

Потенційними споживачами цього проєкту є сімейні туристи, пари, а також корпоративні клієнти, які прагнуть відпочити на природі. Яремче приваблює різноманітними можливостями для активного відпочинку, такими як прогулянки на природі, велосипедні тури, риболовля, а також участь у фермерських роботах. Крім того, регіон приваблює екологічно свідомих туристів, що шукають можливість провести відпустку в умовах, які максимально наближені до природи. Для більшості потенційних клієнтів комфортні умови проживання, органічне харчування та можливості для активного відпочинку є важливими факторами при виборі місця для відпочинку [2].

Концепція фермерського будинку передбачає надання унікального досвіду для гостей, зокрема через інтеграцію з природою та участь у житті ферми. Проживання в комфортних номерах з усіма зручностями, харчування з використанням органічних продуктів, екскурсії по фермі та навколишніх природних зонах, а також майстер-класи з місцевих ремесел та приготування традиційних страв - це ключові елементи, які роблять цей проект привабливим для відвідувачів [3].

Технічні дослідження показали, що в регіоні вже є необхідні інженерні комунікації, такі як електропостачання, водопостачання та каналізація. Проте для підключення до цих мереж знадобляться певні додаткові інвестиції та доопрацювання. Геологічне дослідження показало, що ґрунти в місцевості придатні для будівництва, що дозволяє приступити до проектування та зведення будівель. Однак необхідно врахувати екологічні обмеження та потенційні проблеми, пов'язані з розвиненістю інфраструктури. Проект також сприятиме розвитку екологічного туризму, який є все більш популярним серед українських та іноземних туристів. Окрім основних послуг, таких як проживання та харчування, в фермерському будинку планується організувати заходи, спрямовані на підвищення екологічної обізнаності. Відвідувачі зможуть брати участь у заходах, пов'язаних з озелененням, навчанням органічному землеробству та збереженню місцевої флори і фауни.

Важливим моментом є розвиток маркетингової стратегії для залучення туристів. Враховуючи попит на агротуризм та екологічні форми відпочинку, для просування проекту планується використання онлайн платформ (Booking.com, Airbnb) та соціальних мереж для залучення ширшої аудиторії. Це дозволить не лише підвищити обізнаність про фермерський будинок, а й забезпечить стабільний потік відвідувачів, що є ключовим для успішної роботи підприємства.

Таким чином, проект будівництва фермерського будинку на 40 номерів в Яремче має високий потенціал для успішної реалізації. Він відповідає потребам сучасного ринку агротуризму, сприяє розвитку місцевої економіки та дозволяє ефективно використовувати природні ресурси регіону. Підвищена увага до екологічності, комфортного обслуговування та активного відпочинку робить цей проект перспективним та актуальним для розвитку туристичної інфраструктури в Україні.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Нодь, О. (2024). Інноваційні тенденції в сфері готельного обслуговування в умовах сучасних викликів. *Modeling the development of the economic systems*, (2), 289–294. [\[https://doi.org/10.31891/mdes/2024\]](https://doi.org/10.31891/mdes/2024)-12-39
2. Біловус Т. І., Олійник О. І. Вплив цифровізації на розвиток готельного бізнесу в Західній Україні. *Економіка та управління національним господарством*. 2021. С. 102-123.
3. Кіш Г.В. Інноваційні технології в діяльності готельно-ресторанних підприємств. *Актуальні питання у сучасній науці*. 2023. № 6(12). С. 65-77.

Науковий керівник: д. т. н., професор Бандура В. М.

## БЕЗГЛЮТЕНОВА ВИПІЧКА ЯК ТРЕНД ЗДОРОВОГО ХАРЧУВАННЯ У РЕСТОРАННОМУ БІЗНЕСІ

**ЧОРНОУСЬКО Вікторія,**

*здобувачка освітнього ступеня «Бакалавр»*

*спеціальності «Готельно-ресторанна справа»,*

*Національний університет біоресурсів і природокористування України, м. Київ*

Безглютенова випічка сьогодні є не просто альтернативою традиційним хлібобулочним виробам, а справжнім гастрономічним трендом, що активно розвивається в ресторанному бізнесі. Її популярність стрімко зростає, адже дедалі більше людей прагнуть до здорового харчування, виключаючи потенційно шкідливі для них продукти. Для когось це життєва необхідність через целиакію або чутливість до глютену, для інших – свідомий вибір у пошуках кращого самопочуття та легкості у травленні [1].

Глютен – це білок, що міститься у злаках, таких як пшениця, жито та ячмінь. Він відповідає за еластичність тіста, його структуру та пористість, що робить випічку м'якою та пухкою. Проте для людей, які страждають на целиакію, навіть мікроскопічна його кількість може викликати важкі наслідки. Саме тому безглютенова випічка вимагає особливого підходу, адже замінити глютен так, щоб продукт залишався смачним і привабливим, не так просто. Використання альтернативних видів борошна, таких як рисове, кукурудзяне, гречане, кокосове, мигдальне або навіть нутове, дозволяє створювати різноманітні варіанти випічки, кожен із яких має свої унікальні смакові й текстурні особливості [2].

Залежно від того, яке борошно використовується, безглютенова випічка може мати різну структуру та смак. Наприклад, рисове борошно надає випічці ніжності та легкості, але вона може бути трохи крихкою. Кукурудзяне борошно додає солодкуватий присмак і яскравий жовтий колір, а гречане – насичений, трохи горіховий смак, що ідеально підходить для випікання хліба та млинців. Кокосове борошно, завдяки високому вмісту клітковини, робить випічку дуже поживною, а мигдальне додає делікатного горіхового аромату, що чудово підходить для десертів і тортів.

Безглютеновий хліб відрізняється щільнішою текстурою, адже глютен відіграє важливу роль у створенні пухкості та еластичності. Щоб компенсувати його відсутність, у рецептурі часто використовують псиліум, ксантанову або гуарову камедь, що допомагає покращити структуру тіста. Водночас він може бути дуже смачним і корисним, особливо якщо додати насіння льону, чіа чи горіхи, що збагачують випічку білком і корисними жирами. Безглютенові млинці, панкейки та вафлі виходять ніжними й повітряними, особливо якщо використовувати суміш декількох видів борошна, щоб збалансувати їхні властивості [1].

Десерти без глютену також набули великої популярності, адже вони не тільки відповідають вимогам здорового харчування, а й відкривають нові можливості для кулінарних експериментів. Мигдальне печиво, шоколадні торти на основі горіхового борошна, кекси з гарбузовим або морквяним пюре

– усе це не просто смачні ласощі, а й чудова альтернатива традиційним варіантам, що нерідко містять велику кількість рафінованого борошна й цукру.

Ресторанний бізнес усе більше звертає увагу на цей тренд, адже споживачі очікують знайти у меню безглютенові опції. Люди з харчовими обмеженнями часто стикаються з проблемою відсутності відповідних пропозицій у кафе та ресторанах, і заклади, які враховують ці потреби, отримують значну конкурентну перевагу. Водночас приготування безглютенової випічки вимагає особливого підходу – необхідно забезпечити окреме обладнання та виробничі зони, щоб уникнути перехресного забруднення, а також використовувати лише сертифіковані безглютенові продукти.

Попри всі складнощі, безглютенова випічка має великі перспективи. Її популярність зростає не тільки через медичні показання, а й завдяки загальним трендам на здорове харчування. Все більше людей обирають безглютенові страви, навіть якщо не мають алергії чи непереносимості – їх приваблює легкість у травленні, нові смаки та користь для організму. Тому безглютенова випічка вже не просто нішева продукція, а повноцінний напрям сучасної гастрономії, який розширює межі кулінарного мистецтва та робить ресторанний бізнес доступнішим для всіх.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Бужанська М. В., Давидович О. Я. Глобальні тренди харчування: переваги, недоліки та вплив на здоров'я. *Вісник ЛТЕУ. Технічні науки*. 2024. №. 39. С. 38-48.
2. Haidei, O., Shuliak, S., Mezhenkyi, A., Kyivska, G., & Krushelnytska, O. Monitoring of gluten in meat and fish products. *Scientific Messenger of LNU of Veterinary Medicine and Biotechnologies*. Series: Food Technologies. 2021. T. 23. №. 95. С. 46-50.

Науковий керівник: д. т. н., професор Сердюк М. Є.

## АВТОМАТИЗАЦІЯ ПРОЦЕСУ ПОВТОРНИХ БРОНЮВАНЬ ЧЕРЕЗ CRM-СИСТЕМУ ЯК ІНСТРУМЕНТ ПІДВИЩЕННЯ ЛОЯЛЬНОСТІ КЛІЄНТІВ І ДОХОДІВ ГОТЕЛЮ

**ШВИДКОВА Віталіна,**

*здобувачка освітнього ступеня «Бакалавр»*

*спеціальності «Готельно-ресторанна справа»,*

*Київський національний університет технологій та дизайну, м. Київ*

У сучасному готельному бізнесі, що стрімко адаптується до умов діджиталізації, ефективне управління продажами стає ключовим фактором забезпечення конкурентоспроможності підприємств. Одним із найважливіших інструментів у цьому процесі є CRM-система (Customer Relationship Management), що дозволяє автоматизувати роботу з клієнтською базою, аналізувати

поведінкові патерни гостей та формувати стратегії персоналізованого маркетингу для підвищення рівня повторних бронювань.

Впровадження CRM-систем сприяє:

- автоматизації процесу комунікації з гостями через персоналізовані email-розсилки, push-сповіщення та чат-боти;
- аналізу поведінки гостей та створенню індивідуальних пропозицій на основі їхніх попередніх відвідувань;
- інтеграції з системами динамічного ціноутворення, що дозволяє пропонувати клієнтам найоптимальніші тарифи;
- зменшенню витрат на маркетинг завдяки використанню цільових стратегій ретаргетингу.

CRM-системи значно підвищують ефективність управління доходами, оскільки дозволяють готелям працювати не лише на залучення нових гостей, а й на утримання вже існуючих. Згідно з дослідженнями, ймовірність продажу послуг постійному клієнту складає 60–70%, тоді як для нових клієнтів цей показник не перевищує 20% [1]. Крім того, автоматизований аналіз даних дозволяє виявляти найбільш вигідні категорії клієнтів і розробляти спеціальні програми лояльності для стимулювання повторних відвідувань. [2]

Застосування CRM-рішень у сфері гостинності сприяє не лише збільшенню рівня завантаженості номерного фонду, а й покращенню загальної якості сервісу. Автоматизовані механізми аналізу відгуків допомагають готелям оперативно реагувати на зауваження клієнтів, що позитивно впливає на репутацію закладу. В результаті, автоматизація повторних бронювань через CRM є важливим стратегічним рішенням, яке сприяє зростанню прибутковості та формуванню довгострокової клієнтської бази. [3]

Подальший розвиток CRM-технологій відкриває нові можливості для ефективного управління клієнтським досвідом. Інтеграція штучного інтелекту та аналізу великих даних дозволяє більш точно прогнозувати потреби гостей і пропонувати персоналізовані послуги. Завдяки автоматизованому аналізу історії бронювань та поведінкових патернів система може передбачати найбільш сприятливі періоди для надсилання спеціальних пропозицій, що сприяє зростанню коефіцієнта повторних бронювань [4]. Використання рекомендаційних алгоритмів у CRM дає змогу пропонувати гостям додаткові послуги, такі як спа-процедури або ресторани з знижками, на основі їхніх попередніх уподобань.

Діджиталізація комунікації між готелем і гостями також сприяє зниженню навантаження на персонал, оптимізуючи процеси обслуговування. Використання чат-ботів та голосових помічників дозволяє швидко реагувати на запити клієнтів та вирішувати типові питання без необхідності втручання адміністратора. Це не тільки покращує оперативність надання послуг, але й мінімізує витрати на утримання персоналу.

Крім цього, CRM-системи можуть значно підвищити ефективність роботи програм лояльності. Готелі можуть налаштовувати індивідуальні бонусні програми на основі аналізу частоти відвідувань та середнього чека гостя. Використання цифрових карт лояльності та інтеграція їх із мобільними

додатками дозволяє зручно управляти знижками та накопичувальними бонусами в режимі реального часу.

З огляду на високий рівень конкуренції в готельному секторі, впровадження CRM-рішень стає не лише конкурентною перевагою, а й необхідністю. Автоматизовані системи управління клієнтськими даними дозволяють готелям ефективно працювати з великою кількістю інформації, підвищувати рівень персоналізації сервісу та забезпечувати стабільний дохід у довгостроковій перспективі. Технологічний розвиток у сфері CRM сприяє покращенню якості обслуговування, формуванню довгострокових відносин із клієнтами та зміцненню позицій готелю на ринку.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Kotler, P., Bowen, J. T., Makens, J. C., & Baloglu, S. (2021). *Marketing for Hospitality and Tourism*. Pearson;
2. Buhalis, D., & Leung, D. (2018). Smart Hospitality—Interconnectivity and Interoperability Towards an Ecosystem. *International Journal of Hospitality Management*, 71, 41-50;
3. Law, R., Leung, R., & Buhalis, D. (2015). Information technology applications in hospitality and tourism: A review of publications from 2005 to 2014. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 27(5), 727-761;
4. Noone, B. M., & McGuire, K. A. (2013). Effects of price and user-generated content on consumers' prepurchase evaluations of variably priced services. *Journal of Hospitality & Tourism Research*, 37(4), 410-425.

Науковий керівник: д. н. держ. упр., доцент Ахмедова О. О.

## ТЕХНОЛОГІЯ БЛОКЧЕЙНУ ТА КРИПТОВАЛЮТ У NORECA: ЄВРОПЕЙСЬКИЙ ДОСВІД

**ШЕВЧЕНКО Дарина,**

*здобувачка освітнього ступеня «Фаховий молодший бакалавр» спеціальності «Готельно-ресторанна справа» спеціалізації «Готельне обслуговування», Київський фаховий коледж туризму та готельного господарства, м. Київ*

Новітні технології стрімко змінюють світ, де туристична та готельна індустрія не виключення. Сьогодні оплата криптовалютою саме завдяки технології блокчейн набирає популярності.

Технологія blockchain – це децентралізована система, яка складається з «блоків», які об'єднуються в ланцюги, де кожен наступний містить інформацію про попередній блок. Дана інновація дає змогу туристичним компаніям покращити фінансові операції, зробити їх більш безпечними, анонімними та

прозорими для споживачів послуг. Використання криптовалют як платіжного засобу може забезпечити вищий рівень шифрування та захисту за рахунок меншої вразливості до кібератак та шахрайства. Також перевагами технології будуть спрощені міжнародні транзакції, уникнення комісії, зниження витрат на готельні послуги та поліпшення якості обслуговування, швидкість та зручність проведення операцій.

Першою компанією з надання послуг бронювання, що стала приймати криптовалюту, а саме біткоїни, стала «Expedia». Це було великим проривом у розвитку індустрії гостинності.

Застосування блокчейну в туризмі зосереджено в наступних ключових сферах: програмах лояльності, страхуванні, системах ідентифікації, сервісах бронювання житла та авіаквитків, відстеження багажу, системах оплати [1]. Далі буде наведено приклади систем у сфері послуг, що використовують інноваційну технологію. Ними є нові платформи, які приймають різноманітну криптовалюту.

Досить цікавим є проєкт «LockChain» (<https://lockchain.co/>), який дозволяє уникнути нечесних угод та непотрібних посередницьких послуг.

Winding Tree – програма лояльності на основі блокчейну, яку можуть використовувати різні туристичні та готельні підприємства, авіакомпанії. У ній гостям видаються токени, які можна продавати або обмінювати. Це, мабуть, головний сучасний приклад відстеження багажу через блокчейн, що також включає елемент бронювання. Відсутність посередників означає, що бронювання та відстеження можна здійснити легко, безпечно і надійно [1].

Concierge (CGE) – мобільний додаток, для тих, хто збирається у відпустку, який надає можливість забронювати готель у будь-якій країні світу без комісій та розрахуватися криптовалютою.

Також багато інших туристичних компаній, такі як WTCTrip, VeeToken, Destinia, Bitcoin.travel, Travala.com тощо, вже почали використовувати дані технології.

Ще однією перспективною можливістю у цій галузі є смарт-контракти, які вирішують проблему подвійного бронювання, допоможуть продати більше номерів без комісії, буде змога відстежувати ланцюги поставок.

Звичайно, Україна має низку проблем для розвитку сфери блокчейну: відсутні правове регулювання, достатні фінанси та достатній технологічний рівень впровадження системи.

Попри це, економія часу та коштів туристів, автоматизація фінансових операцій, зменшення вартості готельних послуг та турпродукту, поліпшення якості обслуговування тощо є ключовими аспектами для збільшення прибутку туристичного та готельного сектору економіки.

Таким чином у туристичній галузі є чудова нагода вийти на новий рівень надання послуг. Значний інноваційний розвиток у сфері блокчейну призведе до трансформації індустрії гостинності за рахунок довіри споживачів. Для України – це змога інтеграції у європейський готельний та туристичний простір. Тому наша держава повинна створити усі необхідні умови для подальшого розвитку технології блокчейну.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Гапоненко Г. І., Василенко В. Ю. ПЕРСПЕКТИВИ ВИКОРИСТАННЯ ТЕХНОЛОГІЇ БЛОКЧЕЙНУ В ТУРИСТИЧНІЙ ГАЛУЗІ. Вісник ХНУ імені В. Н. Каразіна. Серія «Міжнародні відносини. Економіка. Країнознавство. Туризм». Вип. 10, 2019.
2. С. Р. Корольок, Л. М. Мельник ПЕРСПЕКТИВИ ВИКОРИСТАННЯ БЛОКЧЕЙН ТЕХНОЛОГІЙ У ГОТЕЛЬНІЙ ІНДУСТРІЇ. Матеріали ІХ Міжнародної науково-технічної конференції молодих учених та студентів. Актуальні задачі сучасних технологій – Тернопіль 25-26 листопада 2020.
3. Vlahopoluchna A. N., Kyryliuk I. M., Dzhoha O.V., Lytvyn O. V. APPLICATION OF BLOCKCHAIN TECHNOLOGY IN THE HOSPITALITY INDUSTRY. Економічні горизонти. №4 (22). 2022.

Науковий керівник: викладач-методист Клименко І. М.

## СИСТЕМА МОТИВАЦІЇ ПЕРСОНАЛУ: ПРОБЛЕМИ ТА ІНОВАЦІЇ

**ШЕТИЛЯ Анна,**

*здобувачка освітнього ступеня «Магістр»  
спеціальність «Готельно-ресторанна справа»,*

*Національний університет біоресурсів і природокористування України, м. Київ*

Система мотивації персоналу є одним із ключових факторів забезпечення ефективної діяльності підприємства. Вона сприяє підвищенню продуктивності праці, залученню та утриманню висококваліфікованих кадрів, а також формуванню позитивного корпоративного клімату. Проте в умовах динамічних змін на ринку праці виникають численні проблеми, що потребують інноваційних підходів до мотивації.

Проблеми системи мотивації персоналу з якими стикаються підприємства є класичними:

Нарікання персоналу на низький рівень матеріальної мотивації. Попри зростання заробітної плати, багато компаній стикаються з проблемою недостатнього рівня фінансового стимулювання, що призводить до відтоку кадрів.

Одноманітність методів стимулювання. Використання лише традиційних методів (заробітна плата, премії, бонуси) не враховує індивідуальні особливості співробітників.

Нарікання персоналу на недостатній розвиток нематеріальної мотивації. Мотивація працівників часто обмежується лише фінансовими стимулами, у той час як такі фактори, як корпоративна культура, можливості кар'єрного зростання, гнучкий графік роботи та професійний розвиток, залишаються недооціненими.

Неврахування потреб працівників. Багато компаній не проводять регулярний аналіз потреб персоналу, що призводить до низької залученості та демотивації співробітників.

Відсутність сучасних технологічних рішень з боку керівництва. Використання застарілих підходів до управління мотивацією обмежує можливості персоналізації та автоматизації процесів стимулювання.

«Pizza Day» - найбільша мережа піцерій в Україні, що працює у форматі «піца з собою» (take away). Компанія була заснована у 2017 році в Дніпрі. Станом на лютий 2025 року мережа налічує 268 закладів у 14 областях України. У 2024 році «Pizza Day» відкрила 81 новий заклад, що стало рекордом серед мереж харчування в країні. «Pizza Day» також пропонує клієнтам зручний мобільний застосунок для швидкого замовлення піци.

Формат «піца з собою» дозволяє відкривати заклади на невеликих площах - від 33 м<sup>2</sup>, з 2-4 працівниками на зміну. Це забезпечує ефективність бізнесу та швидку окупність інвестицій.

Компанія активно розвиває франчайзингову мережу, пропонуючи партнерам можливість відкрити власний бізнес з інвестиціями від \$30 800. Прибуток франчайзі може становити від \$1 500 на місяць.

Компанія «Pizza Day» приділяє значну увагу підбору та мотивації персоналу, впроваджуючи сучасні методи управління для забезпечення ефективної роботи команди.

Підбір персоналу здійснюється у кілька ключових етапів:

1. Визначення потреби в персоналі. Аналізуються вакансії та вимоги до кандидатів, щоб сформулювати чіткий профіль посади.

2. Пошук кандидатів. Використовуються різні канали для залучення потенційних співробітників, зокрема оголошення на сайтах з працевлаштування, соціальні мережі та внутрішні рекомендації.

3. Відбір кандидатів. Проводяться співбесіди та оцінка професійних навичок, щоб обрати найбільш підходящих претендентів.

4. Адаптація нових співробітників. Новачкам надається підтримка та необхідні ресурси для швидкої інтеграції в робочий процес.

Мережа піцерій «Pizza Day» приділяє значну увагу мотивації своїх працівників, впроваджуючи сучасні методи навчання та адаптації. Навчання нового персоналу та підвищення кваліфікації вже працюючих у мережі здійснюється з використанням системи дистанційного навчання LMS Collaborator, яка дозволяє ефективно організувати процеси адаптації та розвитку персоналу. Перевагами такого підходу є:

Ефективна адаптація новачків: використання траєкторій навчання в LMS Collaborator забезпечує безперервне навчання нових співробітників, що сприяє швидкому входженню в робочий процес та зменшує потребу в постійному контролі з боку керівництва.

Стимулювання до навчання: компанія впроваджує різноманітні методи мотивації та стимули для зацікавлення працівників у навчанні, що підвищує їхню активність на навчальному порталі та сприяє професійному розвитку.

Для підвищення активності і зацікавленості персоналу на робочих місцях у компанії використовуються інноваційні методи мотивації, а саме використання методів Big Data та HR-аналітики. Використання великих масивів даних та аналітичних інструментів дає змогу глибше розуміти поведінку працівників, їхні уподобання та рівень задоволеності роботою. Big Data дозволяє проводити комплексний аналіз ефективності роботи співробітників, прогнозувати рівень їхньої залученості та вчасно виявляти ризики звільнення. Завдяки HR-аналітиці компанія розробляє персоналізовані мотиваційні програми, що враховують індивідуальні особливості працівників. Використання таких технологій також сприяє підвищенню точності прийняття управлінських рішень, оптимізації кадрової політики та покращенню загальної продуктивності персоналу. Крім того, інтеграція Big Data у процес рекрутингу дозволяє ефективніше підбирати кандидатів, оцінювати їхню відповідність корпоративній культурі та прогнозувати їхню довготривалу ефективність у компанії. Так, мережі піцерій «Pizza Day» впроваджено такі управлінські заходи:

Гейміфікація. Впровадження ігрових елементів у робочий процес (система балів за гарне виконання роботи, матеріальні заохочення відповідно накопичених балів за місяць, змагання) допомагає підвищити мотивацію та залученість персоналу.

Індивідуалізація мотиваційних програм. Використання персоналізованих підходів, що враховують особисті пріоритети працівників, їхні кар'єрні очікування та цінності. Керівництво систематично проводить анкетування працівників, де одним з блоків питань – особисті бачення кар'єрного зростання, зміни локації праці у мережі, удосконалення облаштування робочих місць.

Гнучкі форми зайнятості та work-life balance. Запровадження гнучкого графіка та можливість отримання додаткових вихідних сприяє підвищенню лояльності персоналу.

Нематеріальні стимули. Розвиток корпоративної культури компанії має велике значення у вихованні у персоналу відчуття своєї значимості, отримання визнання їх досягнень. У мережі піцерій «Pizza Day» вже стало традицією інформувати колектив про особисті досягнення працівників, локальних філіалів, відзначаючи їх досягнення на віртуальній дошці пошани. Використання спеціальних платформ та додатків для управління мотивацією персоналу, що дозволяє забезпечити прозорість та ефективність стимулювання.

Використання Big Data та HR-аналітики. Аналіз поведінки та продуктивності працівників дозволяє створювати ефективніші мотиваційні стратегії.

Завдяки цим підходам, мережа піцерій «Pizza Day» не лише підвищує кваліфікацію своїх працівників, але й створює позитивну корпоративну культуру, де кожен співробітник відчуває свою значущість та перспективи для розвитку. Система мотивації персоналу є динамічним процесом, що вимагає постійного вдосконалення та адаптації до нових умов. Вирішення

актуальних проблем можливе за рахунок впровадження інноваційних підходів, що поєднують фінансові та нематеріальні стимули, гейміфікацію, персоналізацію мотиваційних програм та використання сучасних технологій. Оптимізація системи мотивації сприятиме підвищенню продуктивності праці, залученості персоналу та загальній ефективності підприємства.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Мазур В. С. (2023). Інноваційні технології управління персоналом у готельно-ресторанному бізнесі. Стратегія економічного розвитку України, 52, 46–58. <https://doi.org/10.33111/sedu.2023.52.046.058>
2. Прохоровська С. А., & Ілляш, І. Д. (2025). Тренди використання людських ресурсів за умов цифрової економіки. Трансформаційна економіка, (4 (09)), 42-46. <https://doi.org/10.32782/2786-8141/2024-9-7>
2. Рудакова С. Г. Digital HR – майбутнє кадрового адміністрування / С. Г. Рудакова та ін. Бізнес Інформ. 2020. № 1. С. 265–270.
3. Лопатюк Р. І. Управління персоналом як ефективний інструмент удосконалення роботи підприємств індустрії гостинності. Бізнес Інформ. 2021. №12. С. 277-282.
4. Офіційна сторінка мережі піцерій «Pizza Day» <https://pizzaday.ua/city-selection?ie=false&ss=pizzaPoint>

Науковий керівник: к. е. н., доцент Гопкало Л. М.

## КОНЦЕПТУАЛЬНЕ ОБҐРУНТУВАННЯ ГОТЕЛЮ КАТЕГОРІЇ 5\* У М. КИЇВ

**ЩЕПЕТНИЙ Денис,**

*здобувач освітнього ступеня «Бакалавр»*

*спеціальності «Готельно-ресторанна справа»,*

*Національний університет біоресурсів і природокористування України, м. Київ*

Готельна індустрія є одним із ключових секторів туристичної та бізнес-економіки великих міст. Київ, як столиця України та важливий культурний, політичний і діловий центр, приваблює тисячі туристів і бізнесменів з усього світу. Однак, попри активний розвиток готельного сектору, на ринку все ще відчутний дефіцит висококласних готелів категорії 5\*, які відповідають міжнародним стандартам гостинності.

Київ – діловий і культурний центр Східної Європи, який після численні міжнародні форуми, виставки та конференції. Зростання в'їзного туризму та ділових поїздок створює попит на готель високого класу з розвиненою інфраструктурою та сервісами світового рівня [1]. Існує пропозиція

п'ятизіркових готелів у Києві й представлена відомими брендами, але демонструє потребу в інноваційних концепціях із локальною ідентифікацією та ексклюзивними послугами.

Власникам готельної індустрії слід пильно стежити за настроєм та інтересами потенційних відвідувачів і вчасно реагувати на їх зміни, створювати все нові способи здивувати своїх відвідувачів. Через велику кількість конкурентів на ринку кожному готелю слід мати своє власне обличчя, унікальну особливість, що відрізняє його від інших і робить його унікальним. саме з цієї причини готельні оператори створюють бренди, які доповнюють специфічними художніми композиціями, ефектним штучним освітленням, декоративними прийомами оздоблення, впроваджують інноваційні додаткові послуги, завдяки чому поширюють ідею концептуального проекту [3].

Створення нового 5-зіркового готелю в Києві є стратегічно важливим завданням, що сприятиме підвищенню туристичної привабливості міста, покращенню якості готельних послуг та залученню нових інвестицій. Враховуючи зростаючі вимоги клієнтів преміального сегмента, необхідно розробити концепцію готелю, яка відповідатиме сучасним тенденціям готельного бізнесу, інноваційним технологіям та екологічним стандартам [2].

Для готелю категорії 5\* доцільним є розміщення у центральній частині міста з зручною транспортною розв'язкою, близькістю до основних туристичних, ділових і культурних об'єктів (наприклад, район Печерськ або Поділ). Цільовою аудиторією даного готелю будуть бізнес-туристи, учасники конференцій і форумів, численні дипломатичні делегації та офіційні особи, а також туристи класу «люкс», які приїжджають для відпочинку, шопінгу, культурного туризму.

Авторська концепція готелю має базуватися на поєднанні сучасних технологій, сталого розвитку та локальної айдентики. Пропонується створити готельний простір, що об'єднує: Smart-рішення для автоматизації сервісу, використання екологічних матеріалів і систем енергоефективності [4].

Інтер'єр повинен відображати українську культуру через сучасний дизайн (автентичні мотиви, декоративно-ужиткове мистецтво, арт-об'єкти від українських митців).

Функціональне зонування закладу передбачає номери преміум-класу, люкси, апартаменти, наявність конференц-зони для проведення бізнес-заходів (на 200-500 осіб). Обов'язковим є SPA-комплекс та фітнес-центр і ресторани високої кухні з авторськими концепціями. На верхньому поверсі передбачено панорамний бар і арт-простір для виставок та культурних подій [5].

Даний заклад матиме конкретні конкурентні переваги, серед яких: використання найновіших готельних технологій, інтеграція української культурної спадщини в концепцію обслуговування, високий рівень безпеки та приватності для VIP-клієнтів і сертифікація за міжнародними екостандартами.

Створення такого готелю сприяє розвитку сталого туризму завдяки застосуванню енергоефективних технологій (будуть використані сучасні технологічні рішення в номерах, номери оснащені сучасною технікою, включаючи регулювання освітлення та клімату, телевізори з плоскими екранами, доступ до Wi-Fi, а також можливість замовлення послуг через інтерактивне меню.), зменшенню екологічного сліду та підтримці концепції «зеленої архітектури» [2]. Також значно посилиться конкурентоспроможність Києва серед інших європейських столиць щодо проведення міжнародних заходів, форумів, виставок і конференцій.

Отже, концептуально обґрунтований готельний комплекс преміум-класу стане не лише важливим гравцем на туристичному ринку, а й символом сучасного Києва, що динамічно розвивається, цінує свою історію та впевнено інтегрується у світову спільноту.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Белова, І. В. (2020). Розвиток готельного господарства в Україні: сучасні тенденції та перспективи. *Готельно-ресторанний бізнес*, 2(35), 12-18.
2. Діденко, Л. В. (2021). Концептуальні підходи до проектування готелів категорії п'ять зірок. *Вісник Київського національного університету будівництва і архітектури*, (4), 45-51.
3. Павленко, Г. М. (2022). Інноваційні технології в готельному бізнесі: світовий та український досвід. *Інноваційна економіка*, 13(1), 58-64.
4. Плахотнік, О. С. (2021). Використання локальної айдентики у формуванні інтер'єрних рішень готельних комплексів. *Архітектурні студії*, 7(1), 33-39.
5. Smith, R., & Henderson, K. (2019). Sustainable practices in luxury hotels: Balancing guest expectations and environmental responsibility. *International Journal of Hospitality Management*, 82, 205-214.

Науковий керівник: к. е. н., доцент Микицей Т. Д.

## **ВІРТУАЛЬНА ТА ДОПОВНЕНА РЕАЛЬНІСТЬ У ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОМУ БІЗНЕСІ: ЯК ЦЕ ПРАЦЮЄ В ЄС?**

**ЯКОВЕНКО** Артем,

*здобувач освітнього ступеня «Бакалавр»*

*спеціальності «Готельно-ресторанна справа»,*

*Київський національний університет технологій та дизайну, м. Київ*

Сучасні технології змінюють індустрію гостинності, підвищуючи комфорт і взаємодію з клієнтами. Одним із головних проривів стало

впровадження віртуальної (VR) та доповненої реальності (AR) у HoReCa. У країнах ЄС ці технології покращують сервіс, маркетинг і залученість гостей. Вони підвищують конкурентоспроможність, знижують витрати на рекламу та забезпечують унікальний клієнтський досвід. Для України важливо вивчити європейські практики, щоб адаптувати VR та AR у готельно-ресторанний бізнес. Дослідження аналізує їхні переваги, виклики та перспективи впровадження в Україні.

У країнах ЄС популярним є використання VR-турів, які дозволяють потенційним гостям ознайомитися з інтер'єром готелів чи ресторанів перед бронюванням. Це сприяє збільшенню довіри клієнтів, оскільки вони можуть оцінити обстановку, якість номерів, зали ресторану та інші зручності ще до приїзду.[1]

Наприклад Marriott International впровадив VR-екскурсії, що дозволяють гостям оглядати номери у форматі 360°. Або Premier Inn (Велика Британія) використовує віртуальні тури, які допомагають клієнтам обирати відповідний номер перед бронюванням.

Доповнена реальність активно застосовується в меню ресторанів, що дозволяє клієнтам переглядати 3D-моделі страв ще до замовлення. Такий підхід підвищує зацікавленість гостей і допомагає їм обирати страви за зовнішнім виглядом та розмірами порцій.

Le Petit Chef (Франція) використовує AR-анімації, де на столі "з'являється" маленький віртуальний шеф-кухар, який демонструє процес приготування страви.

Європейські готелі та ресторани активно використовують VR-технології для навчання персоналу. Це дозволяє швидко адаптувати нових працівників, моделювати складні ситуації, тренувати працівників без необхідності фізичної присутності в закладі. Наприклад, Hilton Hotels використовує VR-симуляції для навчання персоналу взаємодії з гостями та ефективного управління конфліктними ситуаціями.

Деякі європейські готелі пропонують гостям VR-контент, що дозволяє їм "подорожувати" під час перебування в готелі. Це може бути віртуальна екскурсія містом, симуляція природи або навіть інтерактивні VR-ігри. Hotel 360° (Барселона) пропонує гостям VR-програми, що дозволяють відвідати найвідоміші туристичні місця міста без виходу з готельного номера[2]

Використання віртуальної (VR) та доповненої реальності (AR) у готельно-ресторанному бізнесі має низку важливих переваг. По-перше, ці технології підвищують довіру клієнтів, адже вони можуть заздалегідь переглянути інтер'єр готелю чи ресторану, оцінити якість номерів або побачити страви в 3D-форматі. По-друге, інтерактивний контент сприяє залученню гостей, роблячи їхній досвід у закладі унікальним та незабутнім. Також VR-симуляції використовуються для навчання персоналу, що значно скорочує час адаптації та підвищує рівень обслуговування. Крім того, AR-меню стимулює вибір дорожчих страв, оскільки клієнти краще уявляють, що

замовляють. Нарешті, VR і AR відкривають нові маркетингові можливості, адже візуальні ефекти та інтерактивні презентації допомагають залучати нових відвідувачів та підвищувати впізнаваність бренду.[3]

Попри численні переваги, є низка викликів, які можуть ускладнити широке впровадження VR та AR у сфері HoReCa в Україні:

Висока вартість обладнання – VR-шоломи, AR-додатки та інші технології вимагають значних фінансових вкладень.

Необхідність технічного навчання персоналу – працівники мають володіти цифровими навичками для роботи з VR та AR.

Сприйняття клієнтами – не всі відвідувачі готові користуватися новими технологіями в ресторанах чи готелях.

Недостатня розвиненість інфраструктури – для якісного VR-контенту потрібний стабільний інтернет та сучасне обладнання.

Попри виклики, VR та AR мають перспективи в українському HoReCa. Впровадження європейських практик та здешевлення технологій сприятимуть їх масовому використанню. Заклади, що першими адаптують ці інновації, отримають конкурентні переваги та залучать більше гостей. Дослідження базується на аналізі кейсів європейських готелів і ресторанів, які використовують VR та AR. У Європі ці технології покращують якість сервісу й ефективність бізнесу. Їх впровадження в Україні підвищить конкурентоспроможність та відповідність європейським стандартам. VR та AR – це не просто тренд, а інструмент майбутнього у сфері гостинності.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Власова Н. М., Смирнова В. В., Семененко Н. Ю. Інноваційна діяльність в туристичному бізнесі // Культура народів Причорномор'я. 2009. № 176. С. 113-114. URL: [https://tourlib.net/statti\\_ukr/vlasova4.htm](https://tourlib.net/statti_ukr/vlasova4.htm) (дата звернення: 17.02.2025).
2. Готельна сфера та віртуальна реальність: як VR змінює підходи до бронювання // Hotel Solution. 2024. URL: <https://hotel-solution.com.ua/news/hotel-industry-and-virtual-reality-how-vr-is-changing-approaches-to-booking> (дата звернення: 17.02.2025).
3. Чередняк Н. А. Використання новітніх технологій віртуальної та доповненої реальності у сфері туризму // Інноваційні технології в готельно-ресторанному бізнесі : матеріали ІХ Всеукр. наук.-практ. конф. (м. Київ, 19-20 травня 2020 р.). Київ : НУХТ, 2020. С. 87-88. URL: [https://tourlib.net/statti\\_ukr/cherednyak.htm](https://tourlib.net/statti_ukr/cherednyak.htm) (дата звернення: 17.02.2025).

## СЕКЦІЯ 3 ТУРИСТИЧНЕ КРАЇНОЗНАВСТВО

### ОЦІНКА ОСОБЛИВОСТЕЙ ВИКОРИСТАННЯ РЕКРЕАЦІЙНОГО ПОТЕНЦІАЛУ США

**БУЗУН Софія,**

*здобувачка освітнього ступеня «Бакалавр»  
спеціальності «Туризм та рекреація»,*

*Національний університет біоресурсів і природокористування України, м. Київ*

**КОВАЛЬЧУК Ірина,**

*PhD, старший викладач кафедри готельно-ресторанної справи та туризму,  
Національний університет біоресурсів і природокористування України, м. Київ*

США належить до високорозвинених у туристичному плані країн, посідаючи третє місце у світі за кількістю міжнародних туристичних потоків [3]. Країна приваблює туристів з усіх куточків світу своїм геотуристичним положенням, кліматичними особливостями, різноманітністю природних ландшафтів, великою кількістю пам'яток історії, культури та мистецтва, а також високим рівнем інфраструктурного забезпечення [4].

США – федеративна республіка, до складу якої входить 50 штатів та Федеральний округ Колумбія. Загальна площа країни становить близько 9,8 млн кв. км [2]. США розташовані між Канадою та Мексикою і мають вихід до Атлантичного та Тихого океанів, що сприяє розвитку морського туризму.

Територія США поділяється на гористу, переважно посушливу західну частину, зайняту Кордильєрами, та здебільшого рівнинну вологу східну частину. Центр країни займають Центральні та Великі рівнини [4]. Така географічна особливість розташування США створює унікальні умови для розвитку різних видів туризму.

Кліматичні особливості країни також сприяють туристичній привабливості. Континентальна частина США має помірний і субтропічний клімат, лише південь Флориди та Гавайські острови знаходяться в тропічному поясі [2]. На Алясці клімат субарктичний та помірний. Ця різноманітність кліматичних умов створює умови для розвитку туризму протягом усього року та сприяє задоволенню різних уподобань туристів.

У США створено більше 350 національних парків і заповідників загальною площею понад 34 млн. га, які відомі у всьому світі [4]. Щорічно вони приваблюють мільйони туристів, які мають можливість побачити унікальні природні ландшафти країни. Серед національних парків США найстарішим є

«Єллоустонський національний парк», заснований у 1872 році. Він розташований переважно у штаті Вайомінг на висоті близько 2300 м і займає площу приблизно 900 тис. га [4]. Щороку парк відвідує близько 4 млн. туристів. Найбільше їх приваблюють Мамонтові гарячі джерела з терасами та все-світньо відома Долина гейзерів з гейзером «Олд Фейтфул», який приблизно кожні 90 хвилин викидає фонтан води на висоту майже 56 м [4]. Красиві пейзажі, багата флора та фауна і геотермальні джерела роблять Єллоустон унікальним місцем для розвитку екологічного та пригодницького туризму. Не менш відомим є «Національний парк Гранд-Каньйон», який розташований у штаті Аризона. Його глибина становить більше 1,6 км, а довжина – близько 446 км [2]. Він славиться своїм глибоким каньйоном, вирізаним річкою Колорадо. Щороку парк відвідує понад 6 млн. туристів. «Національний парк Гранд-Каньйон» є об'єктом Всесвітньої спадщини ЮНЕСКО та вважається одним із семи природних чудес світу. Туристи можуть насолодитися пішими прогулянками, рафтингом та оглядами з висоти пташиного польоту.

Ще одними важливими національними парками США, які охороняють ліси секвої, є національний і штатський парки «Секвоя» і національний парк «Кінгз-Каньйон», які розташовані в штаті Каліфорнія. Ці парки відомі своїми величезними секвоями, найвищі з яких сягають висоти понад 80 м. та віку понад 2000 р. [3]. Туристи можуть пройти спеціальними маршрутами серед гігантських дерев, відвідати печери, а також насолодитися панорамними видами на гори Сьєрра-Невада. Ці національні парки є важливими центрами розвитку екологічного туризму та формування у населення природознавчої освіти.

Окрім національних парків, США багаті і на заповідники. «Арктичний національний заповідник дикої природи» на Алясці вважається найбільшим у країні, площа якого становить більше 7,9 млн. га [1]. Він є домівкою для багатьох видів дикої природи, зокрема бурих ведмедів, вовків і північних оленів. Заповідник пропонує унікальні можливості для розвитку екологічного туризму, у тому числі організовує спостереження за дикими тваринами в їхньому середовищі існування.

Підсумовуючи, варто сказати, що рекреаційний потенціал США є одним із найпотужніших у світі завдяки величезній кількості та різноманітності об'єктів природно-заповідного фонду. Національні парки та заповідники відіграють ключову роль у розвитку туристичної та рекреаційної сфери країни. Вони сприяють збереженню унікальних екосистем і їхнього біорізноманіття, а також створюють умови для економічного розвитку країни через популяризацію масового туристів.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Arctic National Wildlife Refuge. U.S. Fish and Wildlife Service. URL: <https://www.fws.gov/refuge/arctic>

2. Grand Canyon National Park. UNESCO World Heritage Centre. URL: <https://whc.unesco.org/en/list/75>
3. Sequoia & Kings Canyon National Parks. National Park Service. URL: <https://www.nps.gov/seki/index.htm>
4. Yellowstone National Park. National Park Service. URL: <https://www.nps.gov/yell/index.htm>

## **АНАЛІЗ СУЧАСНОГО СТАНУ ТУРИСТИЧНОЇ ГАЛУЗІ ФРАНЦІЇ**

**ВИГІВСЬКА Ірина,**

*здобувачка освітнього ступеня «Бакалавр»  
спеціальності «Туризм та рекреація»,*

*Національний університет біоресурсів і природокористування України, м. Київ*

**КОВАЛЬЧУК Ірина,**

*PhD, старший викладач кафедри готельно-ресторанної справи та туризму,  
Національний університет біоресурсів і природокористування України, м. Київ*

Франція - це країна, що розташована у Західній Європі. Вона межує на північному сході з Бельгією, Люксембургом і Німеччиною, південному заході – з Іспанією та Андоррою, на сході - зі Швейцарією, на південному сході – з Італією та Монако. На півдні країна омивається Середземним морем, на заході - Атлантичним океаном. На території Франції розташовані дві гірські системи – Східні Піренеї та Альпи (з найвищою вершиною Європи – г. Монблан), що дозволяють розвивати зимові види туризму, зокрема гірськокожний. Тому країна є світовим лідером і за кількістю зимових курортів (понад 400), і за загальною протяжністю та оснащеністю лижних трас [1].

Серед інших природних факторів, які сприяють розвитку туристичної галузі Франції, є теплий помірний клімат (на півдні країни – субтропічний). велика протяжність берегової лінії пляжного типу, численні джерела цілющих вод. Країна також славиться своїми приморськими курортами, спортивними базами. Також Франція багата на пам'ятки історії, культури, архітектури і мистецтва.

Головним символом самої Франції і її столиці є Ейфелева вежа. Вона належить до найбільш відвідуваних і найбільш фотографованих туристичних пам'яток світу. Вежа була зведена як тимчасова споруда для ознаменування сторіччя з дня початку Французької революції та до відкриття паризької Всесвітньої виставки 1889 р. [2].

Паризька Триумфальна арка також належить до однієї із найвідоміших французьких споруд та одного із найяскравіших міських символів Парижу. Будівництво цього історичного пам'ятника було присвячено великим перемогам французької армії. Триумфальна арка є прообразом арки Костянтина,

яка знаходиться у Римі. В середині споруди розташований цікавий музей, на внутрішніх стінах якого можна побачити імена командирів і воїнів французької армії, які загинули у різних битвах. Піднятися на верхню частину арки можна сходами, які встановлені по обидва її боки. Подолавши 248 сходинок, прокладених серед вузького коридору, туристи мають можливість помилуватися прекрасним видом на романтичний Париж.

Музей Лувр є одним із найбільших музеїв світу, який розташований на правому березі р. Сени у Парижі. Музей був відкритий у 1793 р. і мав назву Центральний музей мистецтв Республіки. У Луврі представлено більше 300 тис. експонатів від найдавніших часів до XIX ст. Головними експонатами музею є Джоконда (Мона Ліза), Венера Мілоська, Ніка Самофракійська та ін. [3].

Елісейські Поля - одна з головних магістралей Парижа, яка вважається найкрасивішою, найбільш зеленою і найвідомішою у місті. Ця вулиця славиться на увесь світ своїм помпезним стилем і величезною кількістю шикарних магазинів. Кожного року на честь святкування Дня взяття Бастилії військовий парад проходить Елісейськими Полями - від Триумфальної арки до Площі Згоди [2].

Лазуровий берег або Французька Рив'єра – це курортна зона на узбережжі Середземного моря, на території Франції та Монако, яка вважається одним із найкращих у світі місць для відпочинку. Популярність Лазурового Берега зумовлена приємним кліматом - м'якою теплою зимою та нежарким літом [3].

Ще одним визначним туристичним місцем Франції є Діснейленд - тематичний парк і курорт, який розташований у м. Марн-ла-Валле, приблизно за 32 км. на схід від Парижа. Він включає в себе два тематичних парки (Діснейленд Парк і Парк кіностудії Волта Діснея), а також житлові і ділові квартали, готелі, ресторани, розважальні заклади та поля для гольфу.

Собор Паризької Богоматері або Нотр-Дам-де-Парі — це готичний католицький храм і ще один символ Парижу та Франції. Перший камінь собору заклав Папа Римський, Олександр III, у 1163 р. Проте у 2019 р. під час реконструкції в будівлі сталася сильна пожежа, під час якої згоріли деякі раритети та унікальні елементи оздоблення. Відновлення Собору обійдеться приблизно в мільярд євро та займе роки [2].

Версальський палац – це колишня королівська резиденція, яка була побудована в передмісті Парижу в другій половині XVII ст. і яка однією з перших була внесена у Список об'єктів Світової спадщини ЮНЕСКО. На території палацу є великий парковий комплекс, де функціонує близько 1400 фонтанів [1].

Тому варто зазначити, що багата історико-культурна спадщина та розвинена туристична інфраструктура забезпечують Франції статус одного з провідних туристичних напрямків світу. Різноманітні природні туристичні ресурси країни, зокрема сприятливі кліматичні умови, гірські райони і пляжні зони на Середземному та Атлантичному узбережжях, роблять її привабливою для відпочинку. Унікальне географічне розташування Франції сприяє розвитку її туристичної галузі.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Statista. URL: <https://www.statista.com/markets/422/topic/505/france/>
2. The European Union. URL: [https://european-union.europa.eu/principles-countries-history/eu-countries/france\\_en](https://european-union.europa.eu/principles-countries-history/eu-countries/france_en)
3. The World Bank. URL: <https://data.worldbank.org/indicator/SP.POP.TOTL?locations=FR>

### ІНДУСТРІЯ ТУРИЗМУ КАНАДИ: ОЦІНКА СУЧАСНОГО СТАНУ

**ГОРОДНІЧЕНКО Софія,**

*здобувачка освітнього ступеня «Бакалавр»  
спеціальності «Туризм та рекреація»,*

*Національний університет біоресурсів і природокористування України, м. Київ*

**КОВАЛЬЧУК Ірина,**

*PhD, старший викладач кафедри готельно-ресторанної справи та туризму,  
Національний університет біоресурсів і природокористування України, м. Київ*

Канада – це друга за розміром країна світу і перша у Північній Америці, яка розташована на північ від Сполучених Штатів Америки між Тихим та Атлантичним океанами. Країна також охоплює майже всю північну частину Північної Америки, де знаходиться один з найбільших у світі Канадський Арктичний архіпелаг.

Канада відзначається значним туристичним потенціалом завдяки унікальним природним ресурсам, розвиненій інфраструктурі та культурному різноманіттю. Туристів приваблюють різні пам'ятки природи, гірськолижні курорти, фестивалі, традиції і т. д.

Цікавим є те, що Канада має найбільше морське узбережжя у світі разом з островами і, таким чином, її берегова лінія займає приблизно 250 тис. км. Пляжі країни щорічно відвідує велика кількість іноземних туристів, зокрема у липні 2023 р. сюди прибуло більше 4 млн. ос. [4]. Туристам пропонуються різноманітні морські прогулянки на катерах уздовж узбережжя, під час яких можна наблизитися до косаток і китів, послухати цікаві екскурсії та зробити багато фото на згадку.

Канадські пляжі також славляться особливим видом екстремального туризму – зимовий серфінг. Екстремали з Канади та з інших країн світу приїжджають взимку на пляжі Нової Шотландії, щоб зловити хвилі води на дощі. До того ж, в таку пору року туристів набагато менше, ніж, наприклад, влітку, коли «гарячий» сезон.

Ніагарський водоспад також викликає інтерес у багатьох туристів, оскільки це найпопулярніший водоспад світу, який відомий своєю шириною – цілих 1200 метрів. Він належить до найкрасивіших місць у світі завдяки своїм захоплюючим краєвидам і пейзажам.

Ще однією з причин, чому туристи обирають Канаду, є гірські масиви. Подорожуючі з усього світу приїжджають сюди, щоб покататися на лижах або ж просто побачити неймовірні краєвиди Скелястих Канадських гір. До того ж, значна частина гірських хребтів оточена національними парками, зокрема, національним парком Банф, який вважається найстарішим парком Канади, національним парком Джаспер, який є найбільший парк у гірській місцевості, національним парком Наганні, який віднесений до Списку об'єктів Світової спадщини ЮНЕСКО [3].

В Канаді також добре розвинений пізнавальний туризм. Тут налічується приблизно 2100 музеїв та історичних парків. Королівський музей Онтаріо у м. Торонто вважається найбільшим канадським культурним і природно-історичним музеєм. У ньому представлені експонати з усього світу, починаючи з динозаврів і закінчуючи витворами мистецтва. Ще одним цікавим об'єктом є Канадський музей історії в м. Гатіно, який збирає, вивчає, зберігає та експонує різноманітні артефакти, пов'язані з історією Канади від давніх часів до сьогодення. Фортеця Луїсбург – це національна історична пам'ятка Канади, на території якої проводяться різні екскурсії та історичні реконструкції, які демонструють зброю, одяг і побут поселення XVIII ст. Історичне селище парку спадщини в м. Калгарі – це величезний музей просто неба, який займає площу 27 га і в якому відтворене життя в Західній Канаді кінця XIX – початку XX ст. [2].

Не менш популярним в Канаді є екологічний туризм. Тут розроблені цікаві маршрути, які популяризують вивчення культури корінних народів. Одним з найбільш популярних таких маршрутів є маршрут на острови Магдалени у Квебеку, який відомий тим, що дозволяє помилуватися дитинчатами тюленів.

Шопінг-туризм – ще одна особливість розвитку індустрії туризму Канади. Адже у Монреалі – одному з найстаріших міст Канади і найбільшому місті провінції Квебек – розташовані під землею великі торговельні комплекси. Едмонтон – ще одне місто, яке володіє найбільшим у світі торговим центром. Також у Канаді є китайський квартал, у якому можна купити цікаві речі східної тематики.

Подієвий туризм є не менш популярним і розвиненим у Канаді. Тут можна відвідати різні провінції і населені пункти, які славляться своїм унікальним стилем життя та цікавою культурою. Прикладом цього може бути м. Калгарі, у якому щорічно (у липні протягом 10 днів) проводиться один із найбільших ковбойських родео-фестивалів у Північній Америці – Калгарі Стемпід. Під час фестивалю відбувається парад, шоу на сцені, родео Дикого Заходу, танці індіанських племен, концерти і ярмарок [1].

Загалом індустрія туризму Канади вважається високорозвиненою галуззю економіки і є досить привабливою для туристів. Багато мандрівників і шукачів гострих вражень обирають собі для відпочинку Канадські Скелясті гори, які вражають своєрідним кліматичним і природним ландшафтом. Деякі туристи приїжджають у Канаду, щоб побачити неймовірні пейзажі національних (Наганні, Банф) та історичних (Фортеця Луїсбург) парків, музеїв і т. д.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Festivals of Canada. URL: <https://reporter.zp.ua/kalgari-stampid-wnq.html>
2. Historical places of Canada. URL: <https://canadiangeographic.ca/>
3. Parks Canada. URL: <https://parks.canada.ca/index>
4. Statistics Canada. URL: <https://take-profit.org/statistics/tourist-arrivals/canada/>

### ОСОБЛИВОСТІ РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНОЇ ГАЛУЗІ ІТАЛІЇ

**ГРИГОР Єлизавета,**

*здобувачка освітнього ступеня «Бакалавр»*

*спеціальності «Туризм та рекреація»,*

*Національний університет біоресурсів і природокористування України, м. Київ*

**КОВАЛЬЧУК Ірина,**

*PhD, старший викладач кафедри готельно-ресторанної справи та туризму,*

*Національний університет біоресурсів і природокористування України, м. Київ*

Італія розташована у південно-центральної Європі та вважається частиною західної Європи. Країна межує з Францією на північному заході, зі Швейцарією та Австрією на півночі та Словенією на північному сході, а також з Ватиканом, Сан-Марино та Суверенним Мальтійським орденом. Італії належить кілька великих островів, зокрема Сардинія та Сицилія, де створені різноманітні можливості для розвитку туристичної галузі. Сардинія відома своїми пляжами з блакитними водами та піщаними берегами, а Сицилія вражає древніми пам'ятками, зокрема грецькими храмами та міфами про античні цивілізації [3].

Природа Італії — це поєднання альпійських гір, мальовничих долин, зелених пагорбів, величезних виноградників і середземноморських пляжів. На південь від Альп, у регіонах Лаціо, Кампанія, Тоскана, створені різноманітні умови для екскурсійної діяльності та активного відпочинку.

У північній частині країни, у тому числі Трентіно-Альто-Адідже, розташовані величні Альпи, де є можливість взимку відвідати гірськолижні курорти, а влітку скористатися пішими прогулянками серед неймовірних гірських пейзажів. Такі курорти як Кортіна д'Ампеццо та Мадонна ді Кампільо приваблюють туристів, яких цікавить активний відпочинок преміум-класу.

Кортіна д'Ампеццо – наймальовничіший елітний гірськолижний курорт Італії. Італійці його називають «лижним раєм». Курорт був столицею зимових Олімпійських ігор 1956 р. Він приваблює мандрівників широкими можливостями для катання та унікальною атмосферою. Центр курорту – пішохідна зона Корсо Італія, яка є забудованою магазинами одягу і коштовностей, художніми галереями і хутряними салонами [1].

Гірськолижний курорт Мадонна ді Кампільо, розташований в італійських Альпах, користується великою популярністю у заможних туристів, які приїжджають сюди і взимку, і влітку. У зимовий період він є популярним серед лижників і сноубордистів, а влітку курорт відвідують шанувальники риболовлі, гірських велосипедів та пішого туризму [1].

Італія — це країна, яка відзначається великою кількістю історико-культурних і архітектурних пам'яток, які приваблюють туристів з усього світу.

Колізей — це стародавній амфітеатр, який належить до найвизначніших пам'яток Італії. Він є однією з найвідоміших споруд Старого світу, яка збереглася до сьогодні. Колізей приваблює туристів можливістю познайомитися з історією Римської імперії та відчутти дух давнини, оскільки колись він був ареною для гладіаторських і морських боїв (наумахій) та інших різних видовищ.

Фонтан Треві є найбільшим фонтаном у Римі. Він розташований в районі Квірінал в центральній частині Риму [2]. Фонтан вважається найвідомішою пам'яткою міста, куди прибувають туристи, щоб кинути монетку на згадку та обов'язково ще раз повернутися сюди.

Собор Святого Петра – це найбільша споруда Ватикану та найбільша християнська церква у світі. Він входить у десятку найвищих церков світу [1]. Собор вважається місцем паломництва всіх католиків, котрі приїжджають сюди, щоб послухати живий виступ Папи Римського.

Санта-Марія-дель-Фьоре або Катедральний собор Святої Марії Квіткової, або Флорентійський Дуомо, – це один із символів Флоренції та культури італійського відродження взагалі. Собор був збудований на фундаментах попередньої церкви, Санта Репарата, і він представляє могутність і амбіції Флоренції в період її розквіту. Собор включений до Списку об'єктів Світової спадщини ЮНЕСКО [1].

Пізанська вежа – це одна з найбільш відомих архітектурних пам'яток Італії. Вона є дзвіницею Собору Санта Марія Ассунта в Пізі [3]. Через те, що вежа сильно нахилена, вона приваблює туристів з усього світу.

Дорога любові Віа-дель-Аморе – це пішохідна кілометрова доріжка, що з'єднує два міста Ріомаджоре і Манаролаю і була споруджена над скелястими кручами на початку ХХ ст. [1]. Дорогою любові вона стала завдяки мальовничим видам і класичному для Європи містку, на якому закохані вішають свої замочки.

Пьяцца-дель-Кампо – це центральна площа Сієни, яка є однією із найбільших в Європі. Вона оточена величними середньовічними палацами, головним серед яких є палац Пуббліко. Двічі на рік на Пьяцца-дель-Кампо проводяться Паліо – традиційні італійські скачки на неосідланих конях [2].

Тому Італія — це країна, яка вражає своєю багатогранністю і широкими можливостями для відпочинку. Вона поєднує величезну культурну спадщину, чудову архітектуру, захоплюючі природні пейзажі та неймовірну гастрономію. Від Колізею та Пізанської вежі до вражаючих пейзажів Долінітових Альп Італія пропонує туристам унікальні можливості, щоб відчутти її дух історії, культурного багатства та безперервної краси.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. European Central Bank. URL: [https://data.ecb.europa.eu/data/geographical-areas/italy?reference\\_area\\_name%5B0%5D=Italy](https://data.ecb.europa.eu/data/geographical-areas/italy?reference_area_name%5B0%5D=Italy)
2. Statista. URL: <https://www.statista.com/topics/2504/italy/>
3. The World Factbook. URL: <https://www.cia.gov/the-world-factbook/countries/italy/>

### РОЗВИТКУ ІНДУСТРІЇ ТУРИЗМУ В БОЛГАРІЇ

**КУЧЕР Дарина,**

*здобувачка освітнього ступеня «Бакалавр»  
спеціальності «Туризм та рекреація»,*

*Національний університет біоресурсів і природокористування України, м. Київ*

**КОВАЛЬЧУК Ірина,**

*PhD, старший викладач кафедри готельно-ресторанної справи та туризму,  
Національний університет біоресурсів і природокористування України, м. Київ*

Болгарія – це країна, яка розташована у Південній Європі на Балканському півострові. Вона межує з Грецією і Туреччиною на півдні, на заході – із Сербією і Македонією, а на півночі – із Румунією. На сході країна має вихід до Чорного моря [4]. Столицею Болгарії є місто Софія, яке є головним економічним і культурним центром країни. Країна відзначається сприятливими природними умовами, значним історико-культурним потенціалом, достатньою кількістю матеріальних і людських ресурсів, які є важливою передумовою для розвитку туризму. В країні дуже добре розвинені всі види туризму, зокрема рекреаційний, спортивний, культурний, оздоровчий, водний, гірський, пізнавальний та спелеотуризм.

Болгарія також відома своїми курортами на узбережжі Чорного моря. Найпопулярнішими серед них є такі: Сонячний Берег (найбільший морський курорт на сході Болгарії), Золоті Піски (найпопулярніший і найбільш відвідуваний курорт з різними бальнеологічними комплексами, ресторанами, аквапарком та іншими місцями для активного відпочинку), Созополь (один із найпопулярніших курортів, який є приваблює туристів не лише піщаними пляжами та чистим морем, а й найкрасивішими старовинними церквами, будинками з червоною черепицею, вузькими вуличками, що потопають у зелені, та гарними гаванями) та Святий Влас (унікальний курорт, який розташований на болгарському узбережжі Чорного моря і який приваблює туристів гірським та морським кліматом, зеленими пагорбами Балканських гір і піщаними пляжами).

Тим, хто хоче оздоровитися під час відпочинку в Болгарії, варто відвідати бальнеологічні курорти, зокрема Поморіє, Санданські, Велінград та Хісар [2]. Ці курорти розташовані в лісах, де є дуже чисте повітря, і мають доступ до джерел мінеральних вод та грязей.

Любителям гірського туризму будуть цікаві такі гірськолижні курорти: Бансько, Боровець, Пампорово, які характеризуються якісним обслуговуванням і доступними цінами [2].

Бансько – найвідоміший гірськолижний курорт Болгарії, на якому розташовано близько 20 трас різного типу. Всі траси обладнані снігомашинами і є добре освітленими. На курорті також є маршрути для бігових лиж.

Гірськолижний курорт Боровець розташований біля підніжжя г. Мусала (2925 м.), яка є найвищою точкою Балканського півострова. Перевага курорту - різноманітність трас. На вибір тут є 24 траси, щоб спуститися з різних вершин.

Пампорово – це найпівденніший і найтепліший гірськолижний курорт Європи та найсонячніший курорт Болгарії. Він розташований на схилах мальовничих г. Родопи і є найбільшим курортом у Родопських горах. Особливості курорту – холодні мінеральні джерела, поруч з якими знаходяться сучасні бальнеологічні та СПА-центри.

Також необхідно сказати, що в Болгарії розвинений кінний туризм. У 1864 р. був відкритий найбільший і найвідоміший в Болгарії кінний завод – «Кабіюк» [1]. Він славиться елітними породами коней, популярними європейськими виставками і змаганнями. На заводі також можна покататися на коні. Прогулянку верхи під наглядом інструктора ще можна замовити у приватній стайні або в кінному клубі.

Подорожуючи Болгарією, неможливо не відвідати місто Пловдив, яке є другим за величиною містом Болгарії та однією з культурних столиць Європи. У Пловдиві знаходиться більшість визначних пам'яток, зокрема історичні та релігійні споруди, античний театр, римський стадіон та ін. [1]. Для туристів також цікавими місцями будуть Печерні церкви в Іваново, Рильський монастир і Собор Святого Олександра Невського, який є візитівкою Софії і вважається пам'яткою культури національного значення Болгарії.

Печерні церкви в Іваново є скельним комплексом храмів, каплиць і келій, які розташовані біля м. Русе в Болгарії. Ці церкви є об'єкт Світової спадщини ЮНЕСКО. У них містяться збережені фрески унікального середньовічного болгарського стінопису XIII–XIV ст. [3].

Рильський монастир вважається найбільшим чоловічим монастирем Болгарії. Він є однією з найважливіших культурних пам'яток країни і включений до Списку об'єктів Світової спадщини ЮНЕСКО. Рильський монастир дуже популярний серед туристів, котрі прибувають у Софію чи на гірськолижний курорт Боровець [3].

Отже, завдяки вигідному географічному розташуванню, багатій історико-культурній спадщині та природному біорізноманіттю Болгарія характеризується значним туристичним потенціалом. Країна також має вихід до Чорного моря, що сприяє розвитку пляжного, оздоровчого та інших видів туризму.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Bulgaria Official. URL: <https://bulgariaofficial.com/>
2. Statista. URL: <https://www.statista.com/topics/2423/bulgaria/>
3. The European Union. URL: [https://european-union.europa.eu/principles-countries-history/eu-countries/bulgaria\\_en](https://european-union.europa.eu/principles-countries-history/eu-countries/bulgaria_en)
4. The World Factbook. URL: <https://www.cia.gov/the-world-factbook/countries/bulgaria/>

### ОЦІНКА РЕКРЕАЦІЙНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ТУРИСТИЧНОЇ ГАЛУЗІ НІМЕЧЧИНИ

**МИКОЛЕНКО Аліна,**

*здобувачка освітнього ступеня «Бакалавр»  
спеціальності «Туризм та рекреація»,*

*Національний університет біоресурсів і природокористування України, м. Київ*

**КОВАЛЬЧУК Ірина,**

*PhD, старший викладач кафедри готельно-ресторанної справи та туризму,  
Національний університет біоресурсів і природокористування України, м. Київ*

Федеративна Республіка Німеччина розташована в Центральній Європі. Країна межує з дев'ятьма державами: на півночі – з Данією, на сході – з Польщею та Чехією, на півдні – з Австрією та Швейцарією, на заході – з Францією, Люксембургом, Бельгією та Нідерландами [3]. Загальна площа країни становить 357,022 кв. км., що робить її сьомою за величиною країною в Європі.

Німеччина – це країна, яка приваблює своєю різноманітністю та багатою культурною спадщиною. У таких великих містах як Берлін, Мюнхен чи Гамбург історія гармонійно переплітається із сучасністю. Берлін, наприклад, відомий не лише залишками Берлінської стіни та Бранденбурзькими воротами, але й вражаючою сучасною архітектурою та жвавим вуличним мистецтвом. Мюнхен приваблює туристів своїм знаменитим Октоберфестом, затишними пивними садами та розкішною баварською архітектурою [1].

Німецькі середньовічні міста, зокрема Ротенбург-об-дер-Таубер чи Гейдельберг, приваблюють туристів своїми бруківками, фахверковими будинками та старовинними замками. Романтична дорога – популярний туристичний маршрут, що проходить через південну Німеччину від Вюрцбурга до Фюссена, об'єднуючи найчарівніші середньовічні міста країни [2].

Окремої уваги заслуговують німецькі музеї та галереї. Музейний острів у Берліні, Пінакотека в Мюнхені, Музей Гуггенхайма в Берліні – це лише деякі з численних культурних скарбниць країни. Для любителів техніки відкриті музеї BMW, Mercedes-Benz та Porsche [1].

Природа Німеччини також вражає своєю красою. Чорний ліс на південному заході країни славиться своїми мальовничими стежками, термальними курортами та традиційними селами. Долина Рейну, віднесена до Списку об'єктів Світової спадщини ЮНЕСКО, зачаровує виноградниками на терасах, старовинними замками та легендарною скелею Лорелей [5].

Згідно з даними Всесвітньої туристичної організації, у 2023 р. Німеччину відвідало понад 39,6 млн. іноземних туристів [4]. Основними чинниками, що приваблюють туристів, є:

*А) Природні ресурси:*

1. Альпійські гори з відомими гірськолижними курортами, зокрема Гарміш-Партенкірхен, Оберстдорф та Берхтесгаден, які пропонують ідеальні умови для зимових видів спорту та альпінізму;

2. Узбережжя Балтійського та Північного морів з популярними курортами Травемюнде, Вангероге та Зюльт, де туристи можуть скористатися оздоровчими процедурами в спа-центрах та віндсерфінгом;

3. Національні парки та заповідники, зокрема Баварський ліс, Саксонська Швейцарія та Мюріц, де розроблені різноманітні туристичні маршрути, на яких можна спостерігати за представниками дикої природи [5].

*Б) Історико-культурні пам'ятки:*

1. Берлінська стіна та Бранденбурзькі ворота – символи поділу та возз'єднання Німеччини, де туристи можуть почути драматичну історію Холодної війни;

2. Кельнський собор (внесений до Списку об'єктів Світової спадщини ЮНЕСКО) – шедевр готичної архітектури, який вражає своїми неймовірними масштабами та понад 750-річною історією будівництва;

3. Замок Нойшванштайн у Баварії – казковий замок, що надихнув Уолта Діснея на створення Діснейленду та який зачаровує відвідувачів романтичним силуетом на тлі Альп [5].

*В) Фестивалі та події:*

1. Октоберфест у Мюнхені (щорічно приваблює понад 6 млн. відвідувачів) – найбільший пивний фестиваль у світі, візитівкою якого є не лише традиційне баварське пиво, але і традиційні німецькі костюми, музика та їжа;

2. Берлінський міжнародний кінофестиваль – один з найпрестижніших кінофестивалів світу, що збирає зірок кіно та приваблює кіноманів з усього світу [5].

Тому варто сказати, що Німеччина належить до одних з найбільш провідних туристичних центрів Європи завдяки своїй природній та історико-культурній спадщині і розвиненій інфраструктурі. Країна пропонує широкий спектр послуг, що задовольняють потреби різних категорій туристів – від любителів культурного туризму до шанувальників активного відпочинку.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Federal Statistical Office of Germany. URL: [https://www.destatis.de/EN/Home/\\_node.html](https://www.destatis.de/EN/Home/_node.html)
2. The German Federal Ministry for Economic Affairs and Climate Action. URL: <https://www.bmwk.de/Navigation/EN/Home/home.html>
3. The German National Tourist Board. URL: <https://www.germany.travel/en/>
4. The World Tourism Organization (UN Tourism). URL: <https://www.unwto.org/about-us>
5. UNESCO. URL: <https://www.unesco.org/en>

### **КРАЄЗНАВЧИЙ ТУРИЗМ ЯК ІНСТРУМЕНТ ЗБЕРЕЖЕННЯ ТА ПОПУЛЯРИЗАЦІЇ НЕМАТЕРІАЛЬНОЇ КУЛЬТУРНОЇ СПАДЩИНИ РЕГІОНІВ УКРАЇНИ**

**ПОМЕЛОВА Ангеліна,**

*здобувачка освітнього ступеня «Бакалавр»  
спеціальності «Туризм і рекреація»,*

*Таврійський державний агротехнологічний університет імені Дмитра Моторного,  
м. Запоріжжя*

Збереження нематеріальної культурної спадщини є важливою складовою підтримки національної ідентичності та розвитку культурного різноманіття. У сучасних умовах глобалізації багато традиційних звичаїв, ремесел і фольклору опиняються під загрозою зникнення. Краєзнавчий туризм виступає ефективним засобом популяризації культурної спадщини, сприяючи її збереженню та передачі наступним поколінням. Він також відіграє значну роль у розвитку регіональних громад, забезпечуючи економічну підтримку та стимулюючи інтерес до традиційної культури. В Україні, яка має багатий культурний спадок, важливо створювати умови для збереження нематеріальної спадщини через краєзнавчий туризм.

Метою цієї роботи є аналіз ролі краєзнавчого туризму у збереженні та популяризації нематеріальної культурної спадщини регіонів України, визначення об'єктів, які вже входять до списку спадщини, а також тих, що ще не отримали офіційного статусу.

Нематеріальна культурна спадщина – це сукупність традицій, звичаїв, обрядів, знань і навичок, що передаються з покоління в покоління, формують культурну ідентичність суспільства та забезпечують його історичну безперервність. Вона охоплює усні традиції, виконавське мистецтво, народні ремесла, ритуали та святкування, а також знання про природу та всесвіт [1].

Культурна спадщина є важливим елементом культурного різноманіття та соціальної згуртованості. Згідно з Конвенцією ЮНЕСКО про охорону нематеріальної культурної спадщини 2003 року, такі елементи мають бути

ідентифіковані, задокументовані та охороняються для забезпечення їх збереження та передачі наступним поколінням. Порядок ведення Національного переліку затверджений наказом Міністерства культури України від 11 грудня 2017 року №1319, зареєстрованим у Міністерстві юстиції України 9 січня 2018 року за №20/31472. Цей документ визначає процедури подання, розгляду та включення елементів до переліку, а також механізми моніторингу та оновлення інформації про них [4].

Станом на листопад 2024 року, перелік налічує 103 елементи, що відображають культурне багатство та регіональну специфіку України (табл.1). Серед останніх доданих елементів - традиція дзвонарства у Львові та культура приготування "засипаної капусти" на Львівщині.

*Таблиця*

**Національний перелік елементів нематеріальної культурної спадщини України за регіонами України станом на 2024 рік**

Область	Усні традиції та форми вираження	Виконавське мистецтво	Звичаї, обряди, святкування	Знання та практики, що стосуються природи та всесвіту	Традиційні ремесла	Інше (народна медицина, традиційна кухня, гастрономічна спадщина)	Загальна кількість елементів
Івано-Франківська	2	3	3	1	2	1	12
Львівська	1	2	2	1	3	1	10
Київська	1	1	2	1	2	1	8
Чернігівська	1	1	2	1	1	1	7
Закарпатська	1	1	1	1	1	1	6
Полтавська	1	1	1	1	1	1	6
Вінницька	1	1	1	1	1	0	5
Сумська	1	1	1	1	1	0	5
Тернопільська	1	1	1	1	1	0	5
Черкаська	1	1	1	0	1	0	4
Чернівецька	1	1	1	0	1	0	4
Волинська	1	1	0	0	1	0	3
Дніпропетровська	1	1	0	0	1	0	3
Житомирська	1	1	0	0	1	0	3
Кіровоградська	1	1	0	0	1	0	3
Одеська	1	1	0	0	1	0	3
Рівненська	1	1	0	0	1	0	3
Харківська	1	1	0	0	1	0	3
Хмельницька	1	1	0	0	1	0	3
Херсонська	1	0	0	0	1	0	2
Донецька	1	0	0	0	0	0	1
Запорізька	1	0	0	0	0	0	1
Луганська	1	0	0	0	0	0	1
Миколаївська	1	0	0	0	0	0	1

Джерело: [2].

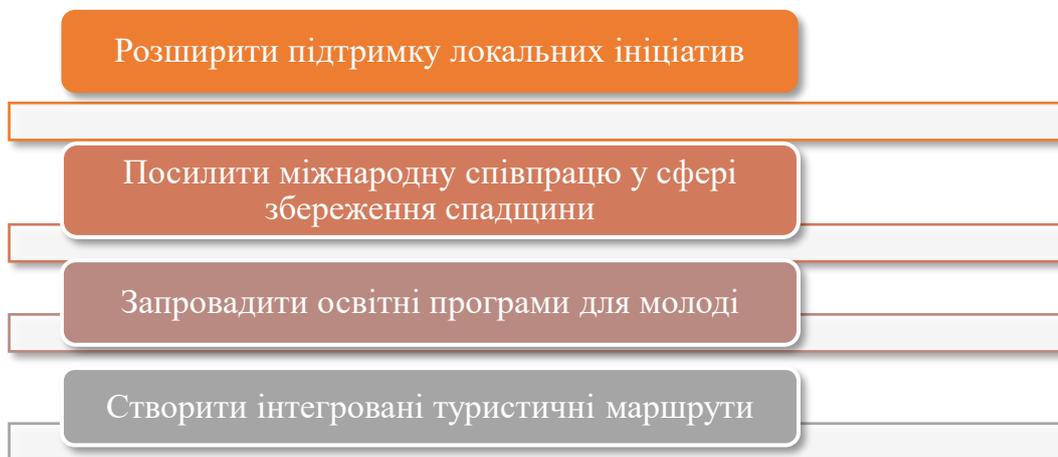
Цей розподіл демонструє, що найбільша кількість елементів нематеріальної культурної спадщини зосереджена в Івано-Франківській та Львівській областях, що свідчить про багатство та різноманітність культурних традицій у західному регіоні України. Збереження та популяризація нематеріальної культурної спадщини є важливим аспектом національної ідентичності та культурного розвитку України. Регіональний аналіз дозволяє виявити області, які потребують додаткової уваги у сфері охорони та підтримки культурних традицій.

Включення елементів до Національного переліку нематеріальної культурної спадщини України сприяє їх популяризації, збереженню та міжнародному визнанню, зокрема через номінацію до Репрезентативного списку ЮНЕСКО.

Станом на січень 2025 року, до списку ЮНЕСКО включено 7 елементів нематеріальної культурної спадщини України: Петриківський декоративний розпис (2013); Козацькі пісні Дніпропетровщини (2016); Косівська мальована кераміка (2019); Орнек - кримськотатарський орнамент (2021; культура приготування українського борщу (2022); охорона кобзарсько-лірницької традиції (2024); розпис яєць (писанкарство) (2024). Ці елементи репрезентують культурне багатство України, охоплюючи ремесла, музику, мистецтво та кулінарію, що сприяє їх міжнародній популяризації та подальшій охороні [3].

Збереження нематеріальної культурної спадщини також впливає на формування позитивного іміджу України у світі. Розвиток туристичних маршрутів, пов'язаних із нематеріальною культурною спадщиною, може сприяти збільшенню міжнародного туризму, залученню додаткового фінансування та зміцненню культурного співробітництва з іншими країнами.

Краєзнавчий туризм відіграє важливу роль у збереженні нематеріальної спадщини, оскільки дозволяє залучати туристів до автентичних культурних практик. Туристи, відвідуючи історичні міста та села, можуть брати участь у народних обрядах, вивчати традиційні ремесла, що сприяє їхньому відродженню та популяризації.



Заходи для збереження нематеріальної культурної спадщини України

З економічної точки зору, розвиток туризму стимулює зайнятість у регіонах, сприяє розвитку місцевого підприємництва та забезпечує додаткові надходження до місцевих бюджетів. Щоб ефективно використовувати краєзнавчий туризм для збереження нематеріальної культурної спадщини Україні треба запроваджувати заходи. (рис. 1.)

Розширення підтримки локальних ініціатив, спрямованих на документування та популяризацію спадщини. В Україні впроваджено низку заходів для підтримки локальних проєктів із збереження культурної спадщини. Зокрема, грантовий конкурс «Культура у фокусі громад», який надає фінансування для відновлення пам'яток та культурних заходів. Такі ініціативи сприяють збереженню та відновленню нематеріальної спадщини, залучаючи місцеві громади та молодь.

Посилення міжнародної співпраці у сфері збереження спадщини, використовуючи досвід європейських країн. Наприклад, у 2023 році в Харкові відбулася науково-практична конференція з міжнародною участю «Традиційна культура в умовах глобалізації: нові вектори розвитку». Захід об'єднав науковців та практиків з різних країн, що дозволило обмінятися досвідом та напрацювати спільні стратегії збереження культурної спадщини.

Активна співпраця з міжнародними організаціями, розробка спільних культурних проєктів та обмін досвідом сприятимуть ефективнішому збереженню та популяризації української культурної спадщини на світовому рівні. Запровадження освітніх програм для молоді, спрямованих на передачу традиційних знань та навичок. Наприклад, посібник «Навчатися та вчитися за допомогою живої спадщини в Україні», був створений за підтримки ЮНЕСКО, який зміг вдало інтегрувати традиційні практики в освітній процес. Такі ініціативи сприяють збереженню культурної ідентичності через освіту.

Створення інтегрованих туристичних маршрутів, що включають майстер-класи, фольклорні фестивалі та відвідування культурних центрів, також позитивно вплине на популяризацію культурної спадщини. Так на Яворівщині у Львівській області, розроблено туристичні маршрути, які охоплюють село Страдч. Воно відоме своїми соціокультурними пам'ятками та пропонує туристам участь у місцевих обрядах і майстер-класах з традиційних ремесел.

Отже, краєзнавчий туризм є дієвим механізмом збереження та популяризації нематеріальної культурної спадщини. Він сприяє передачі традиційних знань, стимулює культурну ідентифікацію та підтримує економічний розвиток регіонів. Інтеграція культурної спадщини у туристичну індустрію дозволяє зберегти ремесла, фольклор та звичаї через активну взаємодію місцевих громад з відвідувачами. В Україні необхідно розширювати ініціативи, що сприяють автентичному відтворенню нематеріальної спадщини у туристичній сфері, зокрема шляхом міжнародної співпраці, державної підтримки та залучення локальних громад.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Добровольська С. І. Національний перелік елементів Нематеріальної культурної спадщини України: порядок ведення //Новітні дослідження культури і мистецтва: пошуки, проблеми, перспективи: матеріали Всеукр. – 2023. – С. 150.
2. Міністерство культури та стратегічних комунікацій України. URL: [Національний перелік елементів нематеріальної культурної спадщини України \(24.07.2024\)](#)
3. Нематеріальна культурна спадщина ЮНЕСКО URL: <https://ich.unesco.org/en/state/ukraine-UA?info=elements-on-the-lists> (Дата звернення 23.02.25)
4. Про затвердження Національного переліку елементів нематеріальної культурної спадщини України URL: <https://zakon.rada.gov.ua/rada/show/v0105734-18#n50> (Дата звернення 23.02.25)

Науковий керівник: к. е. н., доцент Демко В. С.

### ДОСЛІДЖЕННЯ ТУРИСТИЧНО-РЕКРЕАЦІЙНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ТАЙЛАНДУ

**ПРОЯВА Наталія,**

*здобувачка освітнього ступеня «Бакалавр»  
спеціальності «Туризм та рекреація»,*

*Національний університет біоресурсів і природокористування України, м. Київ*

**КОВАЛЬЧУК Ірина,**

*PhD, старший викладач кафедри готельно-ресторанної справи та туризму,  
Національний університет біоресурсів і природокористування України, м. Київ*

Таїланд – країна в Південно-Східній Азії, що розташована на півостровах Індокитай та Малакка. Загальна протяжність берегової лінії складає близько 2400 км. Південна частина країни омивається Сіамською затокою, південно-західна-Андаманським морем [4].

В Таїланді одним із основних джерел наповнення держаного бюджету є туризм. Згідно зі статистичними даними Statista, щорічно сюди прибуває близько 20 млн. туристів в середньому на 9 днів. Проте в період з листопада по квітень подорожуючі купують в Таїланд тури тривалістю перебування приблизно на два тижні. Це зумовлено тим, що цей період року вважається найбільш сприятливим часом перебування у країні завдяки погодним умовам [2]. Основними туристично-рекреаційними ресурсами Таїланду вважаються неповторний рельєф з ідеально рівними низовинними рівнинами та середньовисотними горами, екзотичні пляжі, унікальні архітектурні пам'ятки, культурно-історичні комплекси та ін.

Бангкок – столиця і найбільше місто Таїланду. Тут найбільшою популярністю серед туристів користується Раттанакосін (Старе місто Бангкока) [2]. Його головним архітектурним комплексом є Королівський Палац, Храм Смарагдового Будди і Храм Лежачого Будди.

Великий Королівський палац (Пхрабароммахарадчаванг) – це комплекс будівель, який був резиденцією королів Таїланду з XVIII ст [3]. З того часу палац постійно розбудовувався. У ньому є безліч нових будівель і споруд різного призначення. Проте на сьогодні палац для проживання королів Таїланду вже не використовується.

Храм Смарагдового Будди (Ват Пхра Кео) вважається однією із найбільших святинь буддизму в Таїланді та головною пам'яткою Бангкока. Головне призначення храму – задоволення релігійних потреб королівських династій. Одні з трьох дверей Храму - центральні - відкриті тільки для короля і королеви, а інші – бічні – призначені для відвідувачів (у тому числі для паломників і туристів). Єдине правило, яке є обов'язковим до виконання, то це те, що у Храм можна увійти тільки в довгих штанах (їх можна орендувати біля входу у храмовий комплекс) [3].

Храм Лежачого Будди (Ваи По) – це найстаріший храм Бангкока, який був збудований в XII столітті. На території цього Храму, крім 95 пагод і 394 статуї Будди, ще можна побачити Музей кераміки і кристалю та Музей Буддійського Святого Письма, де зберігаються стародавні рукописи. Ват По також відомий тим, що саме тут вперше в 1962 р. була заснована Школа традиційної тайської медицини і масажу [3].

Крім історичних пам'яток туристи полюбляють відвідувати популярні пляжі Пхукету. Більшість з цих пляжів відзначаються чистотою та відмінним сервісом і дивовижним поєднанням білосніжного піску та блакитного моря. Банг Тао Біч – це один із найбільших пляжів острова, на якому є і ділянки з високим рівнем інфраструктурного забезпечення, і неосвоєні ділянки. Пляж розташований на північно-західному узбережжі Пхукету поблизу пляжів Найтон та Сурін [1].

Пляж Лаєм Сінг (Laem Singh Beach) – це невеличкий мальовничий пляж, який знаходиться на західному узбережжі Пхукету. Вже протягом багатьох років він продовжує залишатися улюбленим місцем для тих, хто прагне усамітнитися та помилуватися природною красою. Назва пляжу «Лаєм Сінг» перекладається як «Лєвова Голова», що пов'язано з формою пагорбів, що оточують пляж. Це невелика бухта, довжина якої близько 150 м, ідеально підходить для спокійного відпочинку [1]. Лаєм Сінг, незважаючи на свою ізольованість, пропонує безліч варіантів відпочинку для тих, хто хоче насолодитися природою (піші прогулянки пагорбами) і водними видами спорту (снорклінг, дайвінг та пляжний відпочинок).

До привабливих туристичних центрів Таїланду також належить провінція Крабі, яка розташовується на півдні Таїланду на Андаманському узбережжі. Провінція Крабі відома на увесь світ такими цікавими місцями: горою Кхао Кханап Нам, де можна покататися на човнах та відвідати село Коа Кланг, печерним пляжем Прананг, парком розваг Tree top adventure, який

розташований посеред тропічного лісу, національним парком Кхао Паном Бенча з його водоспадами, величезною кількістю струмків і загадкових печер та ін. [4].

Тому можна сказати, що Таїланд належить до найбільш туристично привабливих регіонів Південно-Східної Азії. Стародавні храми, палаци та різноманітні природні ландшафти не лише приваблюють туристів з усього світу, а й відіграють важливу роль у збереженні національної ідентичності країни.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Hotels.com. URL: <https://th.hotels.com/go/thailand/best-phuket-beaches>
2. Statista. URL: <https://www.statista.com/topics/4194/thailand/>
3. The official site of Tourism Authority of Thailand. URL: <https://www.tourismthailand.org/home>
4. The World Factbook. URL: <https://www.cia.gov/the-world-factbook/countries/thailand/>

## ЄВРОПЕЙСЬКІ ПІДХОДИ У РОЗВИТКУ СТАЛОГО ТУРИЗМУ АВСТРІЇ

**САДОВЕНКО Вікторія,**

*здобувачка освітнього ступеня «Бакалавр»  
спеціальності «Туризм та рекреація»,*

*Національний університет біоресурсів і природокористування України, м. Київ*

**КОВАЛЬЧУК Ірина,**

*PhD, старший викладач кафедри готельно-ресторанної справи та туризму,  
Національний університет біоресурсів і природокористування України, м. Київ*

Сталий туризм є важливою складовою сучасної політики Європейського Союзу, спрямованої на збереження природних ресурсів, культурної спадщини та забезпечення економічного добробуту місцевого населення. Австрія – це країна, яка характеризується захоплюючими краєвидами, величною кількістю культурних та історичних пам'яток і жвавими містами та є одним із провідних туристичних напрямків. Австрія також активно залучається до розвитку сталого туризму, узгоджуючи свою туристичну діяльність з європейськими підходами до сталого розвитку [2].

Європейський Союз відіграє важливу роль у формуванні політики сталого туризму в державах-членах. Комісія ЄС з питань розвитку сталого туризму розробила стратегію сталого та конкурентоспроможного європейського туризму, затверджену Європейською комісією. Мережа

європейських регіонів для сталого та конкурентоспроможного туризму (The Network of European Regions for Sustainable and Competitive Tourism або NECSTouR) активно працює над вирішенням проблем сталого туризму шляхом обміну найкращими рішеннями [3].

Сприяння екологічній мобільності є ключовим компонентом зусиль Австрії у сфері сталого розвитку. Австрійські федеральні залізниці (ÖBB) є одними з найефективніших та екологічно чистих залізничних операторів у Європі, які пропагують використання електричних поїздів і відновлюваних джерел енергії у роботі. Запровадження таких ініціатив як Klimaticket, універсальний квиток для проїзду в громадському транспорті по всій країні, є інноваційним підходом Австрії до екологічних подорожей. Також міста інвестують у велосипедну інфраструктуру та пішохідні зони [2].

Австрія відзначається широкими можливостями для розвитку активного туризму, який орієнтується на принципи екологічності та сталості. Гірськолижний туризм Австрії, який належить до найпопулярніших видів активного відпочинку, сприяє швидкому впровадженню екологічних рішень. Прикладом цього є гірськолижні курорти Ішгль, Кіцбюель, Зельден і Майрхофен, які використовують сонячну енергію для живлення підйомників та мінімізують вплив штучного засніження на екосистему. Для зменшення забруднення навколишнього середовища в Австрії використовується екологічний транспорт, зокрема електробуси, що перевозять туристів до гірськолижних зон. Окрім гірськолижного туризму, в Австрії також розвивається трекінг та альпінізм. Розгалужена мережа маркованих маршрутів («Альпійський шлях» та «Шлях орлів») сприяє розвитку екологічного туризму, а Австрійський Альпійський клуб контролює розбудову туристичної інфраструктури, аби не порушувати функціональне зонування території країни [4].

Сфера надання послуг розміщення є важливою частиною австрійської економіки. Країна розробила екомаркування для готелів, яке гарантує, що вони відповідають певним екологічним стандартам. Така ініціатива до сталого розвитку приваблює сюди екологічно свідомих туристів з усього світу. Що стосується відпочинку та дозвілля туристів, то в Австрії запроваджена ініціатива «Відпочинок на фермі» (Urlaub am Bauernhof), яка пропонує туристам автентичний досвід у сільській місцевості. Охорона навколишнього природного середовища також вважається одним із важливих напрямків екологічного розвитку Австрії. В країні розроблено ряд заходів для збереження об'єктів природно-заповідного фонду, зокрема національних парків і заповідників. Федеральне міністерство Австрії з питань сталого розвитку і туризму проводить моніторинг виконання різноманітних заходів з охорони навколишнього середовища. Наприклад, у національних парках Гьосау та Гесойзе діють обмеження на прийом туристів у піковий сезон, що сприяє збереженню екосистем. Заходи країни з охорони довкілля підтримуються WWF Austria (Всесвітнім фондом природи) та іншими неурядовими організаціями, які працюють разом з урядом країни для охорони природи [1, 5]. Наприклад, на озерах Вольфгангзее та Вертерзее запроваджено обмеження на

використання моторних човнів, що дозволить захистити унікальну фауну й флору водойм [4].

Австрія також сприяє збереженню історичної та культурної спадщини. В замках Госензальцбург і Шонбрунн впроваджуються енергозберігаючі технології та контролюється потік відвідувачів, щоб зменшити негативний вплив масового туризму.

Підсумовуючи вище сказане, варто сказати, що європейські підходи до сталого туризму відіграють ключову роль у розвитку туристичної галузі Австрії. Країна активно імплементує цілі екологічної політики ЄС, щоб збалансувати економічний розвиток та охорону навколишнього середовища і культурної спадщини.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Constructive Voices. URL: <https://constructive-voices.com/>
2. ETIC HOTELS. URL: <https://etichotels.com/>
3. NECSTouR. URL: <https://necstour.eu/>
4. The Castles.nl. URL: <https://www.castles.nl/castles-in-austria>
5. Диверсифікація європейського сільського туризму через збалансованість та креативність: навчально-практичний посібник / за ред. А. В. Череп, Н. С. Венгерської. Запоріжжя : Видавничий дім «Гельветика». 2022. 272 с.

## АНАЛІЗ ТУРИСТИЧНО-РЕКРЕАЦІЙНОГО ПОТЕНЦІАЛУ НОРВЕГІЇ

**САМЧУК Валерія,**

*здобувачка освітнього ступеня «Бакалавр»  
спеціальності «Туризм та рекреація»,*

*Національний університет біоресурсів і природокористування України, м. Київ*

**КОВАЛЬЧУК Ірина,**

*PhD, старший викладач кафедри готельно-ресторанної справи та туризму,  
Національний університет біоресурсів і природокористування України, м. Київ*

Норвегія – одна з трьох скандинавських країн, яка розташована на півночі Європи. На сході країна межує зі Швецією, росією та Фінляндією, на заході вона омивається Північним морем та Атлантичним океаном [1].

Норвегія займає західну частину Скандинавського півострова, але це не вся її територія. Їй також належать архіпелаг Шпіцберген, кілька островів у Північному Льодовитому океані та одна заморська територія – острів Буве в Атлантиці [2].

Норвегія вражає своїми фіордами, північним сьйвом, льодовиками та унікальною природою. Норвезька міфологія, вікінги, традиційні рибальські

села, а також сучасна культура приваблюють сюди туристів з усього світу. В Норвегії зростає популярність активного відпочинку (хайкінг, катання на лижах, кемпінг) та арктичного туризму, що створює нові можливості для розвитку туристизму та рекреації.

До найбільш популярних серед туристів природних пам'яток Норвегії належить Троллтунг – це вузька скеля, що виступає горизонтально на висоті приблизно 1180 м. над рівнем моря і нависає над озером Рінгедалсватн [1]. Її назва перекладається як «Язык троля», оскільки форма скелі нагадує язык. Скеля розташована у муніципалітеті Одда, на заході Норвегії. Похід до Троллтунги і назад складає приблизно 20–28 км. і займає 10–12 год., вимагаючи у туристів гарної фізичної підготовки. Найкращий час для відвідування — червень–вересень. Взимку без гіда підійматися небезпечно. «Язык троля» приваблює туристів своїми неймовірними панорамними видами на фіорди, гори та водну гладь.

Водоспад «Сім сестер» складається із семи потоків, що стікають у фіорд з висоти 250 м. Навпроти водоспаду «Сім сестер», на протилежному березі Гейрангер-фьорду, знаходиться водоспад «Наречений», а неподалік струмує «Фата Нареченої». Особливо гарний водоспад «Сім сестер» в травні-червні, коли на скелях починає танути сніг і потоки стають повноводними. Взимку водоспад замерзає і перетворюється на одну з трас для підйому альпіністів-екстремалів, які полюбляють підійматися скелею не камінням, а льодовиками [1].

Крім природних атракцій, Норвегія ще знаменита цікавими історико-культурними пам'ятками. Однією з таких є відомий на увесь світ Нідароський собор, який розташований у старовинному норвезькому місті Тронхеймі. Тут постійно відбуваються коронації норвезьких монархів. За всю свою історію Нідароський собор пережив кілька пожеж, внаслідок чого неодноразово відбудовувався [2]. Справжньою перлиною інтер'єру собору є унікальні вітражі та старовинні органи. Туристи, які відвідують Нідароський собор, мають можливість взяти участь в екскурсіях з гідом або скористатися аудіогідом для самостійного огляду. Також можна відвідати музей у архієпископському палаці, де представлені історичні реліквії та королівські регалії. Окрім цього, туристи можуть побувати на релігійних службах, що регулярно проводяться у соборі, або відвідати концерти органної музики.

Музей кораблів вікінгів в Осло є частиною Музею історії культури при Університеті м. Осло. Він пропонує туристам унікальну можливість побачити три добре збережені кораблі вікінгів – Осеберг, Гокстад і Тун, які були знайдені в похованнях і датуються IX ст. Крім кораблів, експозиція містить різноманітні артефакти, зокрема дерев'яні різьблені сани, вози, текстиль, інструменти та побутові речі, що відображають життя і культуру вікінгів [3].

Брюгген, розташований у норвезькому м. Бергені, є історичним районом, який входить до Списку об'єктів Світової спадщини ЮНЕСКО. Це місце з унікальною атмосферою, що приваблює туристів своєю середньовічною архітектурою, яскравими дерев'яними будівлями та багатою історією. Брюгген колись був важливим торговим центром Ганзейського союзу [3], а сьогодні тут розташовані музеї, художні галереї, сувенірні магазини, ресторани та кав'ярні.

Підсумовуючи вище викладене, варто наголосити на тому, що Норвегія володіє всіма необхідними ресурсами для розвитку туризму та рекреації. Найвідомішими природними туристичними об'єктами є скеля Троллунг та водоспади «Сім сестер», «Наречений» і «Фата нареченої». Країна забезпечена всіма умовами для активного відпочинку, оскільки тут організуються походи гірськими стежками, риболовля у кришталево чистих водах, круїзи фіордами та катання на лижах на гірськолижних курортах, зокрема Трюсіль, Хафьєлль, Хемседал. Країна також відзначається великою кількістю пам'яток історії та культури, у тому числі Нідароським собором у м. Тронхеймі, Музеєм кораблів вікінгів в м. Осло. історичним кварталом Брюгген у м. Бергені та ін.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Nature of Norway. URL: <https://inflatcruises.com/ua/news/view/priroda-norvegiyi>
2. Statista. URL: <https://www.statista.com/topics/3888/norway/>
3. The World Factbook. URL: <https://www.cia.gov/the-world-factbook/countries/norway>

## РОЗВИТОК ТУРИСТИЧНОЇ ГАЛУЗІ ЯПОНІЇ

**СПІДЧУК Богдана,**

*здобувачка освітнього ступеня «Бакалавр»  
спеціальності «Туризм та рекреація»,*

*Національний університет біоресурсів і природокористування України, м. Київ*

**КОВАЛЬЧУК Ірина,**

*PhD, старший викладач кафедри готельно-ресторанної справи та туризму,  
Національний університет біоресурсів і природокористування України, м. Київ*

Японія є одним із найпривабливіших туристичних напрямків у світі завдяки унікальному поєднанню традиційної культури та передових технологій. Це країна, де можна одночасно насолоджуватися стародавніми храмами та сучасними хмарочосами, відчувати атмосферу історії і зануритися у високотехнологічне майбутнє. Туризм у Японії розвивається завдяки відмінній інфраструктурі, високому рівню сервісу та різноманітним видам відпочинку. Японія є привабливою для туристів через свою багату культурну спадщину, мальовничі природні ландшафти, сучасні мегаполіси та гастрономічні традиції.

Природні ландшафти Японії також є важливим фактором розвитку туристичної галузі. Близько 70% території країни займають гори, що перетворює її на ідеальне місце для активного відпочинку. Гора Фудзі, яка є

символом Японії, користується популярною серед альпіністів і туристів, які приїжджають, щоб побачити її мальовничі краєвиди. Японські Альпи приваблюють прихильників зимових видів відпочинку. Річки та озера країни також відіграють важливу роль у розвитку туризму. Наприклад, р. Суміда в Токіо є місцем для круїзів та святкових феєрверків, а о. Біва – найбільше в Японії – приваблює любителів водних видів спорту та природних краєвидів. Крім того, п'ять озер Фудзі є популярною зоною відпочинку, де можна насолодитися прекрасними краєвидами та зайнятися риболовлю [3].

Архітектура Японії вражає своїм розмаїттям – від традиційних дерев'яних храмів і замків до ультрасучасних хмарочосів. Історичні пам'ятки, зокрема замок Хімедзі, храм Кійомідзу-дера та синтоїстська святиня Фусімі Іннарі, дозволяють туристам зануритися в атмосферу стародавньої Японії.

Хімедзі або Замок білої чаплі – один з найдревніших замків Японії, який внесений до Списку об'єктів Світової спадщини ЮНЕСКО. Замковий комплекс включає в себе 83 споруди, там сім поверхів, на які ведуть дуже круті сходи. Під час екскурсій Замок туристи мають зняти взуття і ходити босоніж [1].

Храм Кійомідзу-дера – буддистський монастир в Японії, головною пам'яткою якого є статуя тисячоручої Каннон. До цінних об'єктів монастиря належать золотий храм, ворота охоронців, триярусна пагода, дзвіниця. Храм Кійомідзу-дера включений до Списку об'єктів Світової спадщини ЮНЕСКО в Японії [1].

Храм Фусімі-Інарі або Святилище з тисячі червоних воріт, присвячене богині рисової родючості, вважається одним з історичних символів Японії. Центральні ворота Святилища прикрашають дві лисиці, які є найбільш шанованими тваринами японського фольклору і міфології. При відвідуванні Храму обов'язково потрібно зробити пожертву, яку залишають в оферторію – ящику для монет [1].

Водночас сучасні архітектурні шедеври, у тому числі вежа Токіо Скайтрі, район Одайба з футуристичними будівлями та район Акіхабара, що є центром японської поп-культури, демонструють інноваційний розвиток країни.

Вежа Токіо Скайтрі – це телевізійна вежа, яка була збудована в одному з районів Токіо - Суміді. Висота вежі складає близько 634 м. Вежа Токіо Скайтрі майже вдвічі вища за Токійську телевізійну вежу. Вона також офіційно визнана найвищою телевежею у світі. Вежа використовується для цифрового теле- та радіомовлення країни [4].

Район Одайба вважається великим штучним островом Японії. Спочатку Одайба був побудований для оборонних цілей у 1850-х рр. Наприкінці ХХ ст. територія району була перетворена на морський порт, а в 1990-х рр. – на великий комерційний, житловий і розважальний центр [2].

Район Акіхабара належить до найбільших у світі торговельних зон електронної, комп'ютерної техніки, аніме та товарів для отаку, зокрема нових та вживаних. Також район Акіхабара став відомим завдяки розташуванню однієї з найперших крамниць, присвячених персональним роботам і робототехніці [4].

Японія також славиться своїми унікальними фестивалями та культурними традиціями, які приваблюють велику кількість відвідувачів. Гіонмацурі в Кіото, фестиваль снігу в Саппоро, рибний ринок Цукідзі та численні чайні церемонії дають змогу туристам глибше пізнати культуру країни [4].

Таким чином, Японія – це країна, яка здатна задовольнити найрізноманітніші вподобання туристів. Вона приваблює їх завдяки своїм природним благам, культурній спадщині, інноваційним можливостям і високому рівню сервісу. Поєднання традицій і сучасності робить Японію унікальним напрямком для подорожей, який залишає незабутні враження у кожного туриста.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Ministry of Foreign Affairs of Japan. URL: <https://web-japan.org/>
2. Statista. URL: <https://www.statista.com/topics/2505/japan/>
3. Statistics Bureau of Japan. URL: <https://www.stat.go.jp/english/index.html>
4. The Government of Japan. URL: <https://www.japan.go.jp/japan/index.html>

## МОНІТОРИНГ ТУРИСТИЧНО-РЕКРЕАЦІЙНОГО ПОТЕНЦІАЛУ УКРАЇНИ

**ТКАЧЕНКО Надія,**

*здобувачка освітнього ступеня «Бакалавр»  
спеціальності «Туризм та рекреація»,*

*Національний університет біоресурсів і природокористування України, м. Київ*

**КОВАЛЬЧУК Ірина,**

*PhD, старший викладач кафедри готельно-ресторанної справи та туризму,  
Національний університет біоресурсів і природокористування України, м. Київ*

Україна – це країна, яка розташована у центральній-східній частині Європи і яка характеризується значним потенціалом для розвитку туристичної та рекреаційної сфери завдяки наявній багатій історії, культурній спадщині та природним ресурсам. Враховуючи тектонічну будову і рельєф території, Україна характеризується унікальними природними ландшафтами – рівнинними та гірськими. Серед рівнинних ландшафтів в Україні розрізняють низовинні (Поліська, Придніпровська, Причорноморська, Приазовська і Закарпатська низовини) та височинні (Волинська, Подільська, Придніпровська, Донецька і Приазовська височини) ландшафти, а серед гірських – лісово-лучні з полонинами в Українських Карпатах і лісово-лучні з яйлами в Кримських горах. Окремими типами серед ландшафтного різноманіття України є Південний берег Криму, а також річкові заплави, озера, болота.

Найпопулярнішими природними об'єктами, що приваблюють туристів, є:

1) Карпатські гори – популярний регіон для розвитку активного відпочинку, гірськолижного туризму та екотуризму. Туристи можуть взяти участь у піших походах (г. Говерла, Петрос, Піп Іван), велотурах, рафтингу (р. Черемош, Прут), квадрантурах, скелелазінні, кінних прогулянках, відвідуванні природних пам'яток (озеро Синевир, водоспад Шипіт, Долина нарцисів, Кам'янецький водоспад, термальні джерела у с. Велятино та Косино), збиранні грибів та ягід.

2) Чорне та Азовське моря з численними пляжами та санаторіями. Одеської, Миколаївської і Херсонської областей, де пропонуються послуги з лікування грязями та мінеральними водами, таласотерапія, прогулянки на яхтах. Популярними курортами тут є: м. Одеса, Затока, Коблеве, Лазурне, Скадовськ і т. д.

3) Біосферні заповідники, зокрема Асканія-Нова, Шацькі озера, Дунайський заповідник, де організуються різноманітні екскурсії, кінні прогулянки, фото- та відеозйомка дикої природи, купання, риболовля, катання на човнах та сапбордах, велопогулянки та ін.

В Україні також представлена велика кількість різноманітних музеїв, етнографічних об'єктів та архітектурних пам'яток, які внесені до Списку всесвітньої спадщини ЮНЕСКО, зокрема [2]:

1) Софійський собор (м. Київ) – це унікальна пам'ятка української архітектури та монументального живопису XI ст., яка сьогодні входить до складу Національного заповідника «Софія Київська». Тут туристи можуть отримати оглядові і тематичні екскурсії, які проводять екскурсводи та наукові співробітники заповідника.

2) Києво-Печерська лавра (м. Київ) – це один із найбільших християнських центрів України і визначна пам'ятка історії та архітектури, яка була збудована в XI ст. Києво-Печерська лавра – це монастирський комплекс із підземними печерами, де туристам пропонуються різноманітні оглядові екскурсії.

3) Резиденція митрополитів Буковини і Далмації (м. Чернівці) – це пам'ятка архітектури національного значення, яка була споруджена 1864—1882 рр. Сьогодні на її території знаходяться корпуси Чернівецького національного університету імені Юрія Федьковича, де туристи мають змогу відвідати тематичні екскурсії.

4) Херсонес Таврійський (м. Севастополь) – це античне та візантійське місто-держава в південно-західній частині Криму, яке було засноване у V ст. до н. е. Сьогодні тут знаходиться Херсонеський історико-археологічний музей-заповідник, де можна оглянути стародавні руїни та відкривається панорамний вид на Чорне море.

Досліджуючи розвиток туристично-рекреаційного потенціалу України, варто зазначити, що найбільше він залежить від умов сьогодення. Наразі в країні йде повномасштабна війна, яка вкрай негативно позначається на туристичній та рекреаційній сфері. В Україні багато знищено інфраструктурного забезпечення та пошкоджено різноманітних туристичних пам'яток і рекреаційних об'єктів. Адже лише станом на 1 квітня 2022 року ЮНЕСКО

повідомила про повне або часткове знищення щонайменше 53 об'єктів культури, серед яких 29 церков, 16 історичних будівель, 4 музеї та 4 пам'ятники, зокрема пам'ятник Тарасу Шевченку в с. Бородянці [3]. Стан навколишнього середовища та ті небажані зміни в природному середовищі, які порушують екологічну рівновагу, також можна вважати «перешкодою» для розвитку туристичної і рекреаційної сфери.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

4. Зарубіна А., Сіра Е., Демчук Л. Особливості туризму в умовах воєнного стану. Економіка та суспільство. 2022. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-41-14>.
5. Посольство України в Португальській Республіці. URL: <https://portugal.mfa.gov.ua/spivrobotnictvo/237-torgovelyno-jekonomichne-spivrobotnictvo-mizh-ukrajinoju-ta-portugaliyeju/turistichnij-potencial>
6. Рекреаційно-туристичний потенціал регіонів України: сучасний стан, проблеми та перспективи розвитку : матеріали IV Всеукр. наук.-практ. інтернетконференції (м. Луцьк, 14–15 травня 2020 р.). Луцьк : Терен, 2020. 106 с.

## СУЧАСНИЙ СТАН РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНОЇ ГАЛУЗІ ІНДІЇ

**ЧАУС Анна,**

*здобувачка освітнього ступеня «Бакалавр»  
спеціальності «Туризм та рекреація»,*

*Національний університет біоресурсів і природокористування України, м. Київ*

**КОВАЛЬЧУК Ірина,**

*PhD, старший викладач кафедри готельно-ресторанної справи та туризму,  
Національний університет біоресурсів і природокористування України, м. Київ*

Індія вважається першою за чисельністю населення та сьомою за площею країною світу. Індія належить до найбільш розвинених країн світу з переліку країн, що розвиваються. Індія – це країна Південної Азії, яка розташована на півострові Індостан. Країну омиває Індійський океан. Вона межує з такими країнами: Пакистан, Китай, Непал, Бутан, Бангладеш і М'янма [4].

Індійські розкішні палаци, яскраві базари, які представлені різними майстерними виробами ремісників, самоцвітами та барвистими тканинами, а також цікаві історико-культурні пам'ятки найбільше приваблюють туристів з різних куточків світу. Туристичні регіони Індії – це безлюдні пляжі, старовинні форти, палаци махараджей, національні природні парки та ін. Тому за рівнем туристичного розвитку всю країну можна поділити на північний, західний, східний і південний регіони.

Північна Індія відома своїм екскурсійним туром “Золотий трикутник”, який включає в себе першу столицю Індії – Делі, чарівні сади Агри і незрівнянний Тадж Махал, загублене місто Орчха, тисячолітній комплекс Кхаджурахо, а також незабутній відпочинок в одному з найкращих аюрведичних готелів Керали – Uday Samudra Leisure Beach Hotel & Spa. Цей маршрут чудово підійде туристам-початківцям [2].

Наступною туристичною принадою Північної Індії вважається місто Варанасі, яке належить до одних з найдавніших міст у світі. Його також називають містом мертвих, адже тут, на березі річки Ганг, проводять кремацію тіла померлої людини. М. Варанасі належить до одних з найважливіших паломницьких центрів Індії.

Штат Гімачал-Прадеш є одним із найкрасивіших місць Індії. Сюди туристів приваблює містична природна краса у поєднанні з широкими можливостями для занять активними видами відпочинку, зокрема параглайдингом, трекінгом, рафтингом, рибалкою, зорбінгом [2].

Проте найвизначнішою пам’яткою Північної Індії вважається мавзолей-мечеть Тадж-Махал, яка є символом кохання та одним з нових семи чудес світу. Цей білий мармуровий мавзолей був зведений могольським імператором Шах Джаганом на честь його дружини Мумтаз Махал, яка померла під час пологів. Він внесений до Списку Світової спадщини ЮНЕСКО та визнаний найкращим взірцем індо-мусульманської архітектури [1].

У Північній Індії також варто відвідати Джайсалмер, місто, яке розташоване недалеко від кордону з Пакистаном у пустелі Тар. Золотий форт, побудований у XII ст., є головною визначною пам’яткою міста. Комплекс оборонних і храмових будівель був побудований з жовтого пісковика за наказом Махараджи Джайсвала. Поруч із фортом є штучне озеро Гадісар, потрапити в яке можна через знамениті ворота Тілон Кі Поль [4].

Західна Індія приваблює туристів своїми дивовижними пляжами і цікавими історичними пам’ятками. Штат Гоа вважається наймальовничішим місцем Західної Індії. Відпочинок тут неможливий без відвідування старовинних монастирів і храмів, фортець і соборів. Різноманіття пляжів в Гоа (Колва, Арамбол, Мірамар, Дон Пауло та Калангут) просто вражає: від скелястих з обривами до райських піщаних [4].

Південна Індія також приваблює туристів своїми пляжами. Наприклад, пляжі штату Керала вважаються краєм богів і батьківщиною аюрведи, де можна побачити неймовірно гарні пейзажі, позайматися йогою чи просто оздоровитися.

Тамілнад – ще один штат Південної Індії, який приваблює туристів своїми знаменитими храмами Шрі Екамбарешвара, Кайлашанатха, Шрі Камакші, Шрі Варадараджа Перумал, Аштабуджа Перумал, Вайкунта Перумал і т. д.

І, звичайно ж, не варто забувати про Вершину Нілгірі – гірський масив у Південній Індії, основною пам’яткою якої є Гірська залізниця Нілгірі. З 2005 р. вона віднесена до Списку Світової спадщини ЮНЕСКО [1].

Майсурський палац або палац Амба Вілас також належить до цікавих туристичних локацій Південної Індії. Він є офіційною резиденцією Вадярів - колишньої королівської родини Майсуру. Щороку восени тут проводиться фестиваль Дасара, під час якого на сцені виступають артисти. На десятий день фестивалю проводиться парад слонів [3].

Східна Індія відома Колкатою (або Калькуттою), одним із найбільш колоритних міст Індії, яке славиться своєю колоніальною архітектурою, зокрема музеєм «Палата Чудес», Меморіалом королеви Вікторії, мостом Хоура та ін.

Тому можна зробити висновок, що Індія належить до туристично привабливих країн світу, де є географічна різноманітність, унікальна природна спадщина, дивовижний клімат, багата історія, культура, світові центри паломництва та ін. Це дає змогу Індії залишатися одним зі світових лідерів за кількістю туристичних потоків та наданням туристичних послуг.

### СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. The Ministry of Statistics and Programme Implementation. URL: <https://www.mospi.gov.in/>
2. National Portal of India. URL: <https://www.india.gov.in/>
3. Statista. URL: <https://www.statista.com/topics/754/india/>
4. The World Factbook. URL: <https://www.cia.gov/the-world-factbook/countries/india/>

## ДОСЛІДЖЕННЯ ТУРИСТИЧНО-РЕКРЕАЦІЙНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ШВЕЙЦАРІЇ

**ШКАПЕНКО Софія,**

*здобувачка освітнього ступеня «Бакалавр»  
спеціальності «Туризм та рекреація»,*

*Національний університет біоресурсів і природокористування України, м. Київ*

**КОВАЛЬЧУК Ірина,**

*PhD, старший викладач кафедри готельно-ресторанної справи та туризму,  
Національний університет біоресурсів і природокористування України, м. Київ*

Швейцарія – це країна, що розташована на межі Західної, Центральної та Південної Європи. Вона не має виходу до моря і межує з Італією на півдні, Францією на заході, Німеччиною на півночі та Австрією і Ліхтенштейном на сході [3].

Столицею країни є м. Берн, який відомий своєю багатою історико-культурною та архітектурою спадщиною, а його стара частина включена до Списку

об'єктів Світової спадщини ЮНЕСКО. Найбільшими містами Швейцарії є Цюрих, Женева та Базель, які вважаються головними економічними та культурними центрами країни [4]. Швейцарія характеризується розвинутою транспортною системою, оскільки тут є швидкісні поїзди, споруджені сучасні автомагістралі та міжнародні аеропорти. Така особливість країни сприяє розвитку туризму та рекреації і робить її доступною для відвідувачів.

Швейцарія відома своїми мальовничими природними ландшафтами (найвищими гірськими хребтами, широкими полонинами та великими озерами), у тому числі гірською системою Альп, які є головною туристичною принадою країни. Гірські вершини Маттергорн, Юнгфрау і Дюфур приваблюють лижників, альпіністів і любителів хайкінгу з усього світу. Альпійські курорти Церматт, Санкт-Моріц і Давос пропонують широкі можливості для зимових видів відпочинку, що перетворює Швейцарію на головний центр гірськолижного туризму у світі [1].

Крім гір, країна славиться своїми озерами. Найбільш популярними серед туристів є Женевське, Люцернське, Цюрихське та Боденське озера. У них є чудові умови для прогулянок на човнах, риболовлі та відпочинку на природі. Однією з найвідоміших природних пам'яток є Рейнський водоспад – найбільший у Європі, що вражає своєю потужністю та красою [2]. Біля водоспаду знаходиться кілька оглядових майданчиків. Головний оглядовий майданчик розташований на скелі у самому центрі водоспаду, куди можна потрапити на туристичному човні.

Швейцарія також багата на історичні, культурні та архітектурні пам'ятки. У Берні збереглося середньовічне Старе місто або Альтштадт, яке славиться фонтами XVI ст. і аркадами XV ст. Уздовж вузьких вуличок розташовані старовинні будинки, годинникова вежа Цітглогге XIII ст., парк Розенгартен, де висаджено більше 200 сортів троянд, ірисів і навіть є рододендрони, та історичні фонтани, які були встановлені ще в XV ст. і були увінчані статуями, що відтворюють біблійні сюжети чи вихваляють і підкреслюють силу Берна, зокрема Zähringerbrunnen (ведмідь у повній броні) і Läuferbrunnen (легкоатлет-бігун) [1].

Цюрих, одне із найбільших міст Швейцарії, приваблює туристів різними історичними пам'ятками, у тому числі собором Гроссмюнстер і церквою Фраумюнстер, сучасними музеями та арт-галереями. Крім того, у місті працює один із найкращих зоопарків Європи [3].

Женева є важливим центром міжнародної дипломатії, оскільки тут розташовані штаб-квартири ООН, Червоного Хреста, ВООЗ та інших міжнародних організацій. Також місто відоме своїм символом – фонтаном Же-До, який є одним із найвищих фонтанів у світі, та унікальним квітковим годинником, що символізує майстерність швейцарських годинникарів.

Люцерн зачаровує туристів середньовічним Каппельбрюке – найстарішим дерев'яним мостом у Європі, а також монументом Вмираючого лева, присвяченим швейцарським гвардійцям, які загинули під час Французької революції [4].

Швейцарія є важливим культурним центром, де розташовані всесвітньо відомі музеї. У Цюріху працює Кунстхаус – один із найкращих художніх музеїв Європи, де зібрані роботи Рембрандта, Моне, Ван Гога і Пікассо. У Базелі знаходиться Фонд Бейерлера, що презентує сучасне мистецтво, а Женевський музей Патек Філіпп розповідає про розвиток швейцарського годинникарства [2].

Швейцарія також відома своїм залізничним туризмом. Гірські маршрути, зокрема Льодовиковий експрес і Берніна-Експрес [1], забезпечують туристів винятковою можливістю насолодитися незабутніми краєвидами, подорожуючи через Альпи.

Таким чином, Швейцарія є унікальною туристично привабливою країною, яка поєднує в собі природну красу, історико-культурні пам'ятки, архітектурну спадщину та розвинену інфраструктуру. Високий рівень безпеки, чистота, привітність місцевих жителів і різноманітність туристичних можливостей перетворюють Швейцарію на одним із найбільш перспективних місць у світі для подорожей і відпочинку.

#### СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Switzerland Tourism. URL: <https://www.myswitzerland.com/en/experiences/summer-autumn/excursions/historical-switzerland/historic-buildings/>
2. The Federal Statistical Office. URL: <https://www.bfs.admin.ch/bfs/en/home.html>
3. World Bank Open Data. URL: <https://data.worldbank.org/country/switzerland>
4. Worlddata.info. URL: <https://www.worlddata.info/europe/switzerland/index.php>

## СЕКЦІЯ 4

# ОРГАНІЗАЦІЯ ДОЗВІЛЛЯ МОЛОДІ

### АНІМАЦІЯ ЯК ІНСТРУМЕНТ ЗМІЦНЕННЯ КОНКУРЕНТНИХ ПОЗИЦІЙ ПІДПРИЄМСТВ ІНДУСТРІЇ ГОСТИННОСТІ

**БЕЛІК Марія,**

*здобувачка освітнього ступеня «Бакалавр»*

*спеціальності «Туризм»*

*Київський національний університет технологій та дизайну, м. Київ*

Сучасний ринок індустрії гостинності відзначається високим рівнем конкуренції, що зумовлює необхідність використання дієвих засобів для залучення та утримання клієнтів. Одним із таких інструментів є анімаційні програми, які окрім розваг формують емоційний зв'язок між гостем та закладом, що значно підвищує рівень його лояльності. Вони сприяють розширенню цільової аудиторії, створенню унікального відпочинкового середовища та підвищенню конкурентоспроможності підприємства. Анімація у сфері гостинності також виконує роль маркетингового інструменту, що допомагає створювати позитивний імідж закладу на ринку. Саме тому дослідження впливу анімаційних програм на позиціонування підприємств у конкурентному середовищі є надзвичайно актуальним.

Готельно-ресторанний бізнес та сфера дозвілля охоплюють широкий спектр послуг, де важливим аспектом успіху є забезпечення яскравих та незабутніх вражень для відвідувачів [1]. Анімаційні заходи, серед яких театралізовані вистави, квести, спортивні активності, інтерактивні шоу та тематичні вечірки, виступають потужним засобом утримання уваги клієнтів. Зростаючий попит на інтерактивний відпочинок робить впровадження таких програм важливим елементом маркетингової стратегії підприємства. Унікальний анімаційний контент може стати ключовим чинником у виборі туристом конкретного готелю чи розважального комплексу. Крім того, ефективно використання анімації допомагає налагоджувати емоційний контакт із гостями, що значно підвищує ймовірність їхнього повторного відвідування закладу [2].

Анімація відіграє визначальну роль у формуванні позитивного іміджу підприємств гостинності, розширює спектр наданих послуг та збільшує рівень задоволеності клієнтів. Вона не лише забезпечує відпочинок і розваги, а й створює комфортне середовище, у якому гості відчувають турботу та особливе ставлення до себе. Оскільки анімаційні заходи допомагають не тільки залучати гостей, а й створювати для них незабутні враження, відповідно, доцільно згрупувати типи заходів для підприємств індустрії:

- анімаційні заходи для розваг та активностей гостей;

- культурні та освітні анімаційні заходи;
- гастрономічні анімаційні заходи;
- анімаційні заходи для корпоративних клієнтів;
- рекламні та маркетингові анімаційні заходи;
- анімаційні заходи для здоров'я та релаксації;
- святкові анімаційні шоу;
- сезонні фестивалі;
- анімаційні події для розвитку співпраці із стейкхолдерами.

Проведені дослідження свідчать [3-4], що інтерактивні розважальні заходи позитивно впливають на емоційний стан відвідувачів, спонукаючи їх залишати схвальні відгуки, ділитися враженнями в соціальних мережах та рекомендувати заклад знайомим. Таким чином, анімаційні програми сприяють не лише збільшенню прибутку підприємства, а й його репутаційному зростанню, що в умовах сучасної конкуренції має вирішальне значення.

Ефективне впровадження анімаційних заходів потребує комплексного підходу, що включає вивчення очікувань гостей, аналіз актуальних тенденцій у сфері розваг, інтеграцію сучасних технологій, зокрема елементів віртуальної та доповненої реальності, мультимедійних шоу, використання інтерактивних форматів взаємодії. Важливим аспектом є підготовка кваліфікованого персоналу, навчання аніматорів та розробка унікальних сценаріїв заходів, які відповідатимуть запитам різних категорій клієнтів. Також доцільним є проведення систематичного аналізу ефективності анімаційних програм на основі зворотного зв'язку відвідувачів та внесення відповідних коректив. Орієнтація на персоналізований підхід до створення анімаційного контенту дозволяє задовольняти очікування різних вікових та соціальних груп, що позитивно позначається на розвитку підприємства.

Використання анімаційних програм у сфері гостинності є дієвим засобом зміцнення конкурентних позицій підприємств. Завдяки інтеграції розважальних заходів у систему обслуговування можна не лише підвищити рівень задоволеності гостей, а й залучити нову цільову аудиторію. Анімаційні програми відіграють важливу роль у створенні довготривалої прихильності клієнтів, а їхнє постійне вдосконалення відповідно до сучасних трендів сприяє адаптації підприємств до змінних умов ринку. Впровадження інноваційних технологій у сфері анімації дозволяє підвищити якість послуг та забезпечити стабільний розвиток закладів гостинності. Успішне застосування анімаційних заходів сприяє не лише економічному зростанню окремих підприємств, а й розвитку всієї галузі, що робить їх надзвичайно перспективним напрямом для подальших досліджень та вдосконалення.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Бабінець, Л. О. (2021). Управління анімаційною діяльністю у сфері гостинності. Вісник економіки та туризму, 3(2), 45-56.
2. Гончаренко, І. В. (2020). Інноваційні технології в анімації готельно-ресторанного бізнесу. Сучасні тенденції розвитку туризму, 8(1), 77-85.

3. Коваленко, Т. С. (2019). Роль анімації у формуванні конкурентоспроможності підприємств індустрії гостинності. Економіка та управління в туризмі, 6(4), 112-121.
4. Шевченко, О. В. (2022). Використання анімаційних програм як чинник підвищення якості обслуговування у сфері гостинності. Готельно-ресторанний бізнес: виклики та перспективи, 5(3), 98-105.

Науковий керівник: д. е. н, доцент Погуда Н. В.

## ЩО ВАРТО ЗНАТИ ПРО ДОЗВІЛЛЯ ФРАНЦУЗІВ

**ГОРБАТІЙ Анна,**

*здобувачка освітнього ступеня «Бакалавр»  
спеціальності «Готельно-ресторанна справа»,*

*Національний університет біоресурсів і природокористування України, м. Київ*

Франція – це країна яка відома у всьому світі своєю унікальною культурою дозвілля, та відображає філософію “art de vivre” – що перекладається як мистецтво жити. Французи зазвичай особливо приділяють увагу якості проведеного часу, та цінують кожну мить життя насолоджуючись нею. Дозвілля у Франції може бути різним – від неспішних прогулянок історичними вулицями до дегустації вишуканих вин та активного спорту.

Кафе та мистецтво повільного життя – це невід’ємна частина французького способу життя. Починаючи від Парижа і закінчуючи маленькими містечкам у Провансі, можна побачити тераси кафе заповнені людьми, які п’ють каву або вино, читають газети чи ведуть довгі бесіди. Французи цінують якість прийому їжі, тому їх майже неможливо побачити у поспіху жуючи круасан. Вони віддають свою перевагу неспішному прийому їжі, зазвичай в компанії друзів або колег. Стандартний французький сніданок – це чашка кави разом з круасаном, або багетом із маслом та джемом. Увечері кафе стають центрами соціального життя, в яких вони обговорюють новини, мистецтво та політику.

Гастрономічне задоволення – це більше ніж їжа. Прийом їжі для французів це не лише фізична потреба, а й естетичне задоволення. Багато французів люблять брати із собою свіжовипечений багет, сир, оливки та пляшку вина й насолоджуватися сидячи на природі разом із друзями. Франція славиться своїми вишуканими винами, і французи часто полюбляють відвідувати виноробні в яких дегустують нові сорти вина, та насолоджуються чудовою атмосферою.

Ще однією невід’ємною частиною французької культури вважається мистецтво. Французи надзвичайно цінують мистецтво, та у вихідні вони часто відвідують галереї, театри, музеї та художні виставки. Лувр, Версаль, музей

Орсе, центр Помпідю - є знаковими місцями, які полюбують відвідувати як і туристи, так і місцеві жителі. Французи люблять авторське кіно, а Каннський кінофестиваль є однією з найпрестижніших подій у світі, де щороку представляють найкращі фільми планети.

Французи люблять проводити час на свіжому повітрі, і прогулянки вздовж Сени є улюбленим заняттям парижан, особливо у вечірній час, коли місто починає сяяти вогнями. Парк Тюільрі та Люксембурзький сад – це місця для відпочинку, де парижани із задоволенням читають книги, катаються на човні, чи просто насолоджуються тишею. Багато французів люблять виїжджати у провінцію на вихідні, це може бути Прованс, Лазурове узбережжя чи Альпи.

Франція відома своїми фестивалями та святами. Свято музики – це щорічне музичне свято, коли музиканти різних жанрів перетворюють вулиці міст на сцену для виступів. Один із найяскравіших карнавалів Європи є карнавал у Ніцці, який відомий своїми барвистими парадами та костюмованими виставами. Також у різних регіонах Франції проходять ярмарки та дегустації, присвячені місцевим винам.

Французи люблять спорт, особливо той, який дозволяє насолоджуватися природою. Теніс і гольф – ці види спорту популярні серед людей різного віку у Франції. Також Франція має багато велосипедних доріжок, і Tour de France є національною гордістю. Гірськолижний спорт – французькі Альпи є одними із найкращих місць у світі для зимових видів спорту.

Французи обожають подорожувати, тому вони часто відкривають для себе нові куточки своєї країни або подорожують Європою. Прованс – знаменита лаванда, чарівні маленькі містечка та середземноморська кухня. Канни, Ніцца, Сен-Тропе – місця, де можна насолодитися морем, сонцем та лазуровим узбережжям. Також замки Лаури є досить популярними – це історичні замки, які переносять в атмосферу французької аристократії.

Отже, французьке дозвілля – це більше, ніж просто відпочинок. Це спосіб насолоджуватися життям, розкривати нові грані культури, спілкуватися та відчувати красу моменту. Незалежно від того, Чи це вечір у кафе, мистецька подорож або активний відпочинок, французи завжди знаходять час для радості та гармонії.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Що потрібно знати про Францію, перш ніж туди їхати? | KRL Bus <https://klr.com.ua/blog/shcho-var-to-znati-pro-frantsuziv-i-frantsiiu-piersh-nizh-tudi-yikhati> (дата звернення: 01.03.2025).
2. Їж, пий, кохай: 10 фактів про французьку культуру <https://suspilne.media/culture/750657-iz-pij-kohaj-10-faktiv-pro-francuzku-kulturu/> (дата звернення: 01.03.2025).

Науковий керівник: Шкварун Л. І.

## ДОЗВІЛЛЯ ПО-АМЕРИКАНСЬКИ: У РИТМІ СВОБОДИ ТА РОЗВАГ

**ГРИЦЕНКО Марія,**

*здобувачка освітнього ступеня «Бакалавр»  
спеціальності « Готельно-ресторанна справа»,  
Національний університет біоресурсів і природокористування України, м. Київ*

Дозвілля відіграє важливу роль у житті кожної людини, і в США воно має свої унікальні особливості. Сполучені Штати Америки — країна, де дозвілля набуло статусу мистецтва. Від культових спортивних подій до масштабних музичних фестивалів і незвичайних свят – американці вміють розважатися. Їхній підхід до відпочинку відображає дух свободи, винахідливості та різноманіття культур.

У деяких невеличких містечках США введено правила „тихого дня". Так, у штаті Нью-Джерсі у невеликому місті Ошен-Граве прийнято закон, згідно з яким останній день тижня оголошено „тихим днем". У неділю забо-ронено рух транспорту, вулиці перегороджують важкими лан-цюгами і закривають на замки. Відпочивати так відпочивати.

Незважаючи на свою зайнятість, американський фермер протягом року два тижні відводить на відпочинок, обов'язково покидає рідні місця, подорожуючи часто до океану. Кілька років тому на березі океану було збудовано з піску фантастичне „Загублене місто - Атлантиду". На узбережжі південної Каліфорнії була започаткована традиція з піску будувати скульптури. Це стало захопленням не дітей, а до-рослих у їх вільний час.

Взимку американці також знаходять собі захоплення, беручи участь у зимових карнавалах. Наприклад, на карнавалі у містечку Стимбот (штат Колорадо) можна випробувати сили в традиційних зимових видах спорту, але найбільше глядачів і учасників збирають нетрадиційні види - лижну аеробіку.

У Карсон-Сіті відзначається традиційний фестиваль свисту-нів, на який з'їжджаються майстри художнього свисту зі всієї країни. Свист у багатьох країнах був засобом спілкування. До цього часу на одному з Канарських островів збереглася мова свисту, винайдена місцевими жителями ще в незапам'ятні часи. Традиційне пересвистування співбесідників можна почути по-декуди в Гватемалі та Мексиці, Туреччині, країнах Африки. Подібною мовою спілкувалися пастухи і селяни в Іспанії.

Дозвілля молоді в США – це багатогранне явище, яке включає різноманітні види розваг, активного відпочинку та культурного дозвілля. Розповідаємо, яким видам відпочинку надають перевагу американці. Як і більшість сучасної молоді, майже всі американські підлітки більшість вільного часу проводять в інтернеті. На американських теренах інтернету представлений чималий сегмент для розваг, але найпопулярнішим направленням серед місцевої молоді є віртуальні ігри. Згідно з даними досліджень, які надає <https://casino18.com.ua/>, 70% повнолітніх американських користувачів мають зареєстровані та активні рахунки в онлайн казино. Слід зазначити, що у

Сполучених Штатах Америки культура відповідальних азартних розваг знаходиться на високому рівні. Місцева молодь у більшій своїй частині дисципліновано ставиться до гри в казино, прислуховуючись до порад та правил, яким необхідно слідкувати.

Фізична активність є важливою складовою життя багатьох молодих американців. Баскетбол, футбол бейсбол, теніс – це лише деякі з видів спорту, в яких задіяні підлітки та студенти. Університетські та шкільні спортивні команди – важлива частина шкільного життя в США, і багато молодих людей відвідують тренування, матчі та інші заходи, пов'язані зі спортом. Окрім традиційних видів спорту, популярністю користуються також заняття на свіжому повітрі, такі як кемпінг, катання на велосипедах і навіть серфінг у прибережних регіонах країни. Особливо в останні роки, з підвищеною увагою до здорового способу життя, молодь більше схиляється до активного відпочинку.

Американська молодь є великими шанувальниками фільмів. Місцеві стрімінгові сервіси пропонують широкий вибір контенту, від серіалів до повнометражних фільмів. Багато підлітків та студентів організують кіно-вечори, де разом переглядають популярні новинки або класичні стрічки. Популярність кіно та серіалів посилюється завдяки впливу соціальних мереж, де обговорюються останні серії шоу, створюються фан-групи та діляться враженнями

США славляться своїми національними парками, де можна зайнятися хайкінгом, кемпінгом, риболовлею та іншими видами активного відпочинку. Найвідоміші з них – Гранд-Каньйон, Йеллоустоун, Йосеміті. На узбережжях Тихого та Атлантичного океанів розташовані численні пляжі, де можна купатися, засмагати, займатися серфінгом та іншими водними видами спорту. Майамі-Біч, Санта-Моніка, Гаваї – одні з найпопулярніших пляжних курортів. Взимку в США популярні гірськолижні курорти, такі як Аспен, Вейл, Лейк-Тахо.

У США протягом року проходить безліч фестивалів, присвячених музиці, кіно, їжі, мистецтву та іншим темам.

Американське дозвілля – це мікс традицій, культури та сучасних трендів. Від феєричних фестивалів до спортивних заходів, від природних парків до галасливих міст – кожен знайде щось для себе. США – країна, де вміють відпочивати стильно, масштабно та яскраво!

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Коачелла. // Вікіпедія//URL: <https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%9A%D0%BE%D0%B0%D1%87%D0%B5%D0%BB%D0%BB%D0%B0> (дата звернення: 20.02.2025).
2. "Масниця на максималках"; як відзначають свято Марді Гра у різних країнах. // РБК -Україна // URL: <https://www.rbc.ua/rus/styler/masnitsya-maksimalkah-k-vidznachayut-svyato-1740129836.html> (дата звернення: 20.02.2025).

3. Дісней Ворлд. // Вікіпедія // URL: [:https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%94%D1%96%D1%81%D0%BD%D0%B5%D0%B9\\_%D0%92%D0%BE%D1%80%D0%BB%D0%B4](https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%94%D1%96%D1%81%D0%BD%D0%B5%D0%B9_%D0%92%D0%BE%D1%80%D0%BB%D0%B4) (дата звернення: 20.02.2025).
4. Comic Con у Нью-Йорку. Reuters показав фантастичний грим учасників фестивалю. //ТСН // URL:<https://tsn.ua/foto/comic-con-u-nyu-yorku-reuters-pokazav-fantastichniy-grim-uchasnikiv-festivalyu-509764.html> (дата звернення: 20.02.2025).

Науковий керівник: Шкварун Л. І.

## **РОЗВИТОК АКТИВНОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ: СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ**

**ДЕДУШЕНКО Дмитро,**

*студент освітнього ступеня «Бакалавр»*

*спеціальності «Туризм та рекреація»,*

*Національний університет біоресурсів і природокористування України, м. Київ*

Активний туризм є одним із найдинамічніших напрямів сучасної туристичної галузі. Він включає такі види діяльності, як пішохідні походи, велотуризм, водні види туризму, альпінізм, спелеотуризм та інші. В умовах зростання інтересу до здорового способу життя та екологічної відповідальності активний туризм набуває особливої популярності. Україна має значний потенціал для розвитку цього напрямку завдяки своїм природним ресурсам, різноманітному ландшафту та культурній спадщині.

Окрім того, активний туризм відіграє важливу роль у соціально-економічному розвитку регіонів. Він сприяє створенню нових робочих місць, розвитку місцевої інфраструктури, збереженню природного середовища та залученню інвестицій у сферу туризму. Особливо важливим є розвиток активного туризму в сільській місцевості, що дозволяє використовувати природний потенціал регіонів для економічного зростання та підвищення рівня життя місцевого населення[2].

В Україні активно розвивається різноманітний активний туризм. Наприклад, піший туризм, який охоплює подорожі пішки по горах, лісах, національних парках та природних заповідниках. Одним із популярних напрямків є Карпати та Крим, де є добре розвинена інфраструктура для туристів [1]. Для бажаючих покататися на велосипедах передбачено подорожі на велосипеді по спеціально підготовлених маршрутах або природними територіями. Велосипедні маршрути можна знайти як у горах, так і в степах чи вздовж річок. Любителям гірськолижного туризму можна запропонувати

зимові види активного туризму в Карпатах і на гірських курортах, таких як Буковель, Драгобрат, Яремче, Мигово, де є траси для лижників та сноубордистів. Для дуже активних туристів, які прагнуть адреналіну, віднайдеться парапланеризм, тобто польоти на параплані, що дозволяють насолоджуватися видом з висоти чи альпінізм та скелелазіння на природних скелях в Карпатах, деяких районах Закарпаття, Криму, а також тренувальні зони на штучних скеледромах. Любителям подосліджувати таємничі печери можна запропонувати спелеотуризм. В Україні є багато карстових печер, зокрема на заході країни (у Карпатах, Криму та Поділлі). Туристи бажаючи отримати насолоду від водних видів спорту можуть скористатися рафтингом на Дністрі, Черемоші, Тисі з використанням надувних човнів або каяків, а також відпочинком на водних мотоциклах в таких місцях, як Дніпро, Каховське водосховище та на озерах. Кінний туризм - прогулянки на конях через природні ландшафти. Такі тури пропонуються в Карпатах, на Поліссі та в інших регіонах тощо.

До основних факторів розвитку активного туризму в Україні можна віднести: природно-географічний потенціал. Україна має унікальні природні ресурси, які сприяють розвитку активного туризму. Це, по-перше, гірські регіони країни. Українські Карпати є ідеальним місцем для гірських походів, альпінізму, гірськолижного туризму та трекінгу. Найпопулярнішими маршрутами є сходження на Говерлу, Петрос, Піп Іван Чорногірський. У цих регіонах також розвинені численні лижні курорти, зокрема Буковель, Драгобрат, Славське [3].

По-друге, річки та водойми. Такі річки, як Дністер, Південний Буг, Десна, Тиса, придатні для водного туризму, пропонують можливості для рафтингу, каякінгу, сплавів на байдарках. Крім того, великі водосховища та озера, наприклад Світязь у Шацькому національному природному парку, сприяють розвитку водних видів туризму.

По-третє, лісові та заповідні території, багаті на природний фонд, включаючи Карпатський біосферний заповідник, Шацький національний природний парк, Асканію-Нову та інші природоохоронні території. Вони пропонують можливості для екотуризму, спостереження за дикою природою, пішохідних і велосипедних маршрутів.

По-четверте, печери та унікальні природні утворення України славляться своїми карстовими печерами, зокрема Оптимістичною – найдовшою гіпсовою печерою у світі. Також популярні печери Млинки, Кришталева та Атлантида. Вони є привабливими об'єктами для спелеотуризму та екстремальних подорожей.

По-п'яте, степові та пустельні ландшафти. На жаль, останнім часом, туристи не можуть скористатися послугами туризму у степових регіонах, таких як Олешківські піски – найбільша пустеля Європи, що розташована в Херсонській області. В мирний період вона пропонувала унікальні маршрути для сафарі на квадроциклах, кінного туризму та піших подорожей[4].

І нарешті, по-шосте, це Азовське та Чорне море. Українські приморські регіони були сприятливими для розвитку морського туризму, віндсерфінгу, дайвінгу, кайтсерфінгу.

- *економічні фактори*. Активний туризм є важливим чинником розвитку економіки, зокрема регіональної. Збільшення потоку туристів сприяє створенню робочих місць у сферах готельного бізнесу, транспортних послуг, ресторанного господарства та рекреаційних послуг.

- *інфраструктурні фактори*. Сюди можна віднести будівництво нових туристичних маршрутів, велосипедних доріжок, облаштування кемпінгів та зон відпочинку значно підвищує привабливість регіонів для активного туризму.

- *соціальні фактори*, які формуватимуть підвищення рівня життя та популяризацію здорового способу.

- *екологічна свідомість*. Це фактор, який популяризуватиме екотуризм сприятиме створення екологічно чистих туристичних маршрутів, розробку програм сталого туризму та впровадження екологічних стандартів у галузі тощо [5].

Отже, активний туризм є перспективним напрямом розвитку туристичної галузі в Україні. Завдяки природним ресурсам та зростаючому попиту на екологічний відпочинок він має всі передумови для динамічного зростання. Однак для його подальшого розвитку необхідно реалізовувати стратегії сталого туризму, залучати інвестиції у сферу туристичної інфраструктури, запроваджувати ефективні екологічні програми та підтримувати міжнародне співробітництво у сфері туризму. Важливим напрямком є також активна реклама та промоція України як привабливого туристичного напрямку на міжнародному рівні.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Закон України "Про туризм". URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/324/95-%D0%B2%D1%80>
2. Аналітичні звіти Державного агентства розвитку туризму України. URL: <https://www.tourism.gov.ua/>
3. Офіційний сайт Карпатського національного природного парку. URL: <https://cnp.if.ua/>
4. World Tourism Organization (UNWTO). "Sustainable Tourism Development". URL: <https://www.unwto.org/sustainable-development>
5. Аналітичний звіт "Стан і перспективи розвитку туризму в Україні", 2023. URL: <https://www.ukrstat.gov.ua/>

Науковий керівник: к. е. н, доцент Мосіюк С. І.

## ТІМБІЛДІНГ ЯК ІНСТРУМЕНТ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ У РЕСТОРАНАХ «ПУЗАТА ХАТА»

**ЗАДОРЖНА Дар'я,**

*здобувач освітнього ступеня «Бакалавр»*

*спеціальності «Готельно-ресторанна справа»,*

*Національний університет біоресурсів і природокористування України, м. Київ*

Сучасний ринок послуг, зокрема ресторанний бізнес, характеризується високою конкуренцією, швидким темпом роботи та високими вимогами до якості обслуговування клієнтів. В умовах постійних змін і нестабільного середовища ключовим чинником успіху стає ефективна робота команди. Тімбілдінг, як комплекс заходів, спрямованих на покращення взаємодії між співробітниками, дозволяє не лише оптимізувати внутрішні бізнес-процеси, а й створити позитивну атмосферу в колективі, що безпосередньо впливає на якість обслуговування. Особливо актуальним цей підхід є для мережі ресторанів «Пузата Хата», де високий рівень сервісу та згуртованість команди є запорукою стабільного зростання та задоволеності клієнтів.

Тімбілдінг – це система цілеспрямованих дій, спрямованих на формування та розвиток командної роботи через організацію спеціалізованих заходів. Основною метою цих заходів є покращення комунікації, зміцнення довіри, формування спільних цінностей та стимулювання креативності всередині колективу. Методики тімбілдингу можуть варіюватися від простих ігор та вправ до масштабних корпоративних тренінгів та виїзних семінарів. Незалежно від форми, ключовим аспектом є інтеграція співробітників, яка веде до підвищення продуктивності та зміцнення корпоративної культури.

У ресторанному бізнесі, де робочий процес базується на швидкому прийнятті рішень і тісній взаємодії між співробітниками, тімбілдінг набуває особливої ваги, адже регулярні заходи з його елементами сприяють розвитку навичок ефективного спілкування, що дозволяє оперативно вирішувати робочі конфлікти та уникати непорозумінь. Регулярні тімбілдінгові заходи сприяють розвитку навичок ефективного спілкування, що дозволяє швидко вирішувати робочі конфлікти та уникати непорозумінь між співробітниками, а також стимулює підвищення внутрішньої мотивації, що, у свою чергу, позитивно впливає на рівень обслуговування клієнтів. Неформальне спілкування поза робочим процесом сприяє розвитку креативності, дозволяючи знаходити нові рішення та оптимізувати робочі процеси, що є особливо важливим у сфері HoReCa

Мережа ресторанів «Пузата Хата», яка протягом багатьох років займає провідне місце на ринку завдяки орієнтації на якісний сервіс та інноваційні підходи в управлінні персоналом, демонструє особливості застосування тімбілдингу. В умовах високої плинності кадрів та постійного стресового навантаження, впровадження системних програм тренінгів дозволяє співробітникам краще пізнати один одного, що сприяє створенню атмосфери взаємної підтримки та розуміння. Заохочення до участі в командних завданнях

допомагає виявити потенціал окремих співробітників, розвиваючи їхні лідерські якості та готуючи до майбутніх керівних ролей, а регулярні тимбілдінгові заходи дають можливість менеджерам виявляти слабкі місця в роботі колективу і впроваджувати сучасні методи управління, що позитивно впливає на загальну ефективність роботи ресторану. Завдяки злагодженій роботі команди, яка відзначається високим рівнем внутрішньої комунікації та взаєморозуміння, заклади «Пузата Хата» здатні надавати сервіс високої якості, що безпосередньо впливає на імідж бренду та прибутковість бізнесу.

Інтеграція тимбілдінгу як елементу системи управління персоналом має ряд переваг, зокрема встановлення ефективної комунікації між співробітниками різних рівнів, що полегшує обмін інформацією та ідеями, а також створення умов для спільного вирішення проблем, що сприяє зменшенню внутрішніх конфліктів і формуванню довіри між колегами. Гнучкість та готовність команди до змін дозволяють оперативно реагувати на виклики ринку та оптимізувати бізнес-процеси, а розвиток особистісних якостей через тимбілдінг стимулює зростання комунікативних і лідерських навичок кожного співробітника, що є важливим для їхнього кар'єрного зростання та ефективного управління. Таким чином, інтеграція елементів тимбілдінгу в систему управління персоналом не лише підвищує професійну майстерність співробітників, а й сприяє формуванню здорового корпоративного клімату, що є критично важливим для успішного функціонування ресторанного бізнесу.

Підсумовуючи, для мережі ресторанів «Пузата Хата» впровадження тимбілдінгових заходів стає стратегічним інструментом, який забезпечує стабільний розвиток, покращення якості обслуговування та конкурентоспроможність на ринку. Систематична робота над удосконаленням внутрішніх процесів через організацію командних тренінгів сприяє не лише зниженню плинності кадрів, а й формує позитивний імідж компанії серед клієнтів та партнерів.

Таким чином, впровадження ефективних програм тимбілдінгу є важливим кроком до підвищення загальної ефективності управління персоналом, що в свою чергу сприяє досягненню високих бізнес-результатів та забезпеченню сталого розвитку ресторанної мережі в умовах сучасної конкурентної боротьби.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Офіційна сторінка ресторану «Пузата Хата» : URL: <https://puzatahata.ua/>
2. Балабанова Л. В., Сардак О. В. Управління персоналом. Підручник.— К.: Центр учбової літератури, 2011. URL: [http://moodle.nati.org.ua/pluginfile.php/12435/mod\\_resource/content/1/balabanova\\_l\\_v\\_sardak\\_o\\_v\\_upravlinnya\\_personalom.pdf](http://moodle.nati.org.ua/pluginfile.php/12435/mod_resource/content/1/balabanova_l_v_sardak_o_v_upravlinnya_personalom.pdf)
3. Новікова М.М. Технологія управління персоналом: теоретичні та методичні аспекти / М. М. Новікова, Л. О. Мажник. Харків: ХНАМГ, 2016.

Науковий керівник: к. е. н., доцент Гопкало Л. М.

## ОРГАНІЗАЦІЯ АКТИВНОГО ВІДПОЧИНКУ ТА ОЗДОРОВЛЕННЯ ДІТЕЙ У ТАБОРІ

**МОРОЗОВА Діана,**

*здобувачка освітнього ступеня «Бакалавр»*

*спеціальності «Готельно-ресторанна справа»,*

*Національний університет біоресурсів і природокористування України, м. Київ*

Дитяче оздоровлення в Україні набуває все більшої популярності, стаючи не лише необхідністю, а й сучасним трендом у сфері відпочинку та розвитку дітей. Відпочинок у таборах перетворюється на цілісну програму, що включає фізичну активність, психологічну реабілітацію, навчання та соціалізацію. Зміни в суспільстві, зростаючий попит на якісний дитячий відпочинок та активний розвиток приватних ініціатив створюють сприятливі умови для вдосконалення системи дитячого оздоровлення.

Літні оздоровчі табори займають певне місце в системі безперервного виховання, мережа яких постійно відновлюється, виникають нові типи оздоровчих закладів, збільшується термін функціонування. Під час перебування дітей у дитячих закладах оздоровлення та відпочинку створюються умови для розвитку їх внутрішнього потенціалу, творчих здібностей, сприяння формуванню ключових компетенцій, розширення кругозору, інтелектуального збагачення та розвитку.

Основним видом діяльності у літніх оздоровчих таборах є дозвіллева. При правильній організації вона може стати основою для вирішення педагогічних завдань у цілому і завдань формування здорового способу життя зокрема.

Основними функціями літніх дитячих таборів є: соціальна – це накопичення досвіду участі в суспільному житті, в праці, в колективі; комунікативна – уміння жити в колективі, бути в злагоді з самим собою, доброзичливе налаштування колективу; розвиваюча-освітня-виховна – це розвиток пізнавальної активності дітей, їх ерудиції та кмітливості; дозвіллева – це виховання культури вільного часу; фізична – це розвиток фізичних здібностей та оздоровлення організму [1].

Одним з основних напрямків діяльності літніх оздоровчих таборів є активний відпочинок з використанням фізичних вправ, ігор, змагань. Фізичне виховання в оздоровчому таборі має специфічні особливості, які необхідно враховувати при організації фізкультурно-оздоровчих та спортивно-масових заходів. Ці особливості обумовлені порівняно коротким періодом перебування дітей в таборі, різноманітністю контингенту дітей за віком, станом здоров'я, рівнем фізичного розвитку і фізичної підготовленості, більш широкими можливостями, ніж у школі, для занять плаванням, туризмом, активними іграми та іграми на місцевості.

Існують принципові відмінності між формами діяльності, що використовуються в школі і в літніх оздоровчих таборах: вільний (необов'язковий) характер організації, який відрізняє їх від уроків, тренувань або змагань; – інтегративність, що дозволяє поєднувати «непоєднувані» лінії та напрямки, наприклад фізичну культуру і пізнавальну діяльність, спорт і творчість або спорт і економіку; рекреаційна діяльність, яка для дитини прийнятна і цікава, є можливістю в період літніх канікул «погуляти», «нічого не робити», «пограти»; ігрова основа, що визначає динаміку розвитку форм діяльності, їх сюжетність. Фізичне виховання в літніх оздоровчих таборах є одним з найважливіших частин роботи з дітьми та напрямком на вирішення завдань зміцнення здоров'я, сприяння фізичному розвитку й загартовуванню дітей, удосконалення в дітей умінь і навичок рухової діяльності, прищеплення інтересу і звички до занять фізичною культурою і спортом. Робота з фізичного виховання в оздоровчому таборі сприяє формуванню в дітей морально вольових якостей, почуття патріотизму, усвідомленню необхідності здорового способу життя, що на сьогодні важливіше, ніж безпосередній оздоровчий ефект усіх заходів табірної зміни. Оздоровчий ефект занять фізичними вправами у літньому таборі досягається при дотриманні наступних умов: регулярності занять фізичними вправами; поступовості нарощування інтенсивності і тривалості навантажень, їх раціонального дозування з урахуванням індивідуальної чутливості організму до добової і сезонної ритміки, соціальних чинників, вікових особливостей, статі, варіантів біологічного розвитку, стану здоров'я і фізичної підготовленості; чіткого взаємозв'язку занять фізичними вправами із загальним режимом дня; виконання фізичних вправ у поєднанні з іншими оздоровчими діями; підбору різноманітних засобів, що комплексно впливають на організм дітей. Ці особливості слід враховувати при організації фізкультурно-оздоровчих та спортивно-масових заходів [1].

Отже, організація активного відпочинку та оздоровлення дітей у таборі є важливим аспектом, що сприяє фізичному, психічному та соціальному розвитку молодого покоління. Літні дитячі оздоровчі табори, основним напрямком діяльності яких є активний відпочинок, що здійснюється за допомогою і з використанням фізичних вправ, рухливих і спортивних ігор на суші і на воді, купання і навчання плаванню, змагання з різноманітних видів рухової діяльності, мають за мету хоча б частково компенсувати недостатню оздоровчу ефективність шкільної системи фізичного виховання.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Троценко Т. Ю., & Троценко В. В. (2021) Основні напрямки організації фізкультурнооздоровчої діяльності в літніх таборах відпочинку // Матеріали міжн. наук. інтернетконф. Черкаси.

Науковий керівник: к. е. н., доцент Микицей Т. Д.

## **РОЗВИТОК ВЕЛОСИПЕДНОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ: СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ**

**НІЩИМНА Вероніка,**

*здобувачка освітнього ступеня «Бакалавр»  
спеціальності «Туризм»,*

*Київський національний університет технологій та дизайну, м. Київ*

**ПОГУДА Наталія,**

*д. е. н., доцент, доцент кафедри туризму та готельно-ресторанного бізнесу,  
Київський національний університет технологій та дизайну, м. Київ*

Велосипедний туризм в Україні - це не просто спосіб активного дозвілля, а потужний інструмент сталого розвитку, що об'єднує екологічність, економічну вигоду та популяризацію здорового способу життя [1]. Він відкриває нові можливості для регіонального розвитку, залучаючи туристів до маловідомих місцевостей, стимулюючи підприємницьку діяльність та формуючи позитивний імідж країни на міжнародній арені. Проте, попри очевидні переваги, цей сегмент залишається недостатньо розвиненим через низку проблемних аспектів, які потребують комплексного вирішення [2].

Сьогодні велосипедний туризм в Україні розвивається нерівномірно. У великих містах можна спостерігати поступове покращення інфраструктури: з'являються велодоріжки, створюються пункти прокату велосипедів, облаштовуються спеціалізовані маршрути [3]. Водночас у регіонах ситуація значно гірша: якісних доріг для велосипедистів бракує, розмітка або відсутня, або виконується неналежним чином, а рівень безпеки на дорогах залишається низьким.

Не менш гострою проблемою є відсутність чітких законодавчих норм, які б регулювали сферу велотуризму. Попри те, що велосипедний рух в Україні набирає популярності, на рівні держави не існує комплексної стратегії розвитку цієї галузі. Програми фінансування, які могли б сприяти створенню велосипедної інфраструктури, реалізуються вибірково і не мають довгострокової перспективи [5]. У підсумку це призводить до того, що велотуризм залишається переважно ініціативою ентузіастів та громадських організацій, а не частиною національної туристичної політики [4].

Однак, попри ці виклики, перспективи розвитку велосипедного туризму в Україні є надзвичайно значними. Наша країна має унікальний природний та культурний потенціал для організації велосипедних маршрутів різної складності. Карпатські хребти, мальовничі подільські пагорби, заповідні території Полісся та степові простори Півдня можуть стати основою для розробки маршрутів, які будуть привабливими як для внутрішніх туристів, так і для іноземних мандрівників.

Для того щоб велосипедний туризм перетворився на повноцінний напрямок туристичної галузі, необхідний комплексний підхід. Першочерговим завданням є розробка державної стратегії розвитку велотуризму, яка

включатиме фінансування інфраструктурних проєктів, розширення мережі велосипедних маршрутів, покращення дорожньої інфраструктури та створення спеціальних сервісних зон для велосипедистів. Важливим аспектом є також створення єдиної інформаційної платформи, яка міститиме інтерактивні карти маршрутів, переліки об'єктів туристичної інфраструктури, корисні поради для велосипедистів і можливість бронювання послуг онлайн.

Не менш важливим є залучення міжнародного досвіду. У багатьох європейських країнах велотуризм став не лише популярним видом відпочинку, а й важливим економічним фактором, що приносить значні доходи місцевим громадам. Наприклад, у Німеччині та Нідерландах велосипедний туризм інтегрований у транспортну систему та підтримується на державному рівні через спеціальні грантові програми та податкові пільги для бізнесу, що займається розвитком велоінфраструктури [4].

Україна також може адаптувати ці практики, впроваджуючи партнерські проєкти, залучаючи міжнародні інвестиції та розширюючи співпрацю з іноземними організаціями, які займаються розвитком сталого туризму.

Окремої уваги заслуговує популяризація велотуризму серед населення. Для цього необхідно проводити масштабні інформаційні кампанії, організовувати велофестивалі, марафони та інші події, що стимулюють зацікавленість до активного способу життя.

Підсумовуючи, можна сказати, що велосипедний туризм в Україні має величезний потенціал, але його реалізація потребує чіткої стратегії та комплексного підходу. Він може стати не лише способом проведення дозвілля, а й важливим чинником економічного розвитку, створюючи нові робочі місця, стимулюючи розвиток місцевого бізнесу та формуючи позитивний туристичний імідж країни. За умови належної підтримки з боку держави, бізнесу та громадськості, велосипедний туризм може перетворитися на одну з провідних галузей туристичної сфери України, забезпечуючи її сталий розвиток та конкурентоспроможність на міжнародному рівні.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Довбня С. Б. Туризм в Україні: сучасний стан та перспективи розвитку: навч. посіб. – Київ: Центр навчальної літератури, 2020. 312 с.
2. Іванов С. М. Інфраструктурний розвиток туристичної галузі: підручник. – Харків: ХНУ ім. В. Н. Каразіна, 2019. 428 с.
3. Портер М. Конкурентні переваги туристичних регіонів: аналітичний підхід / М. Портер; пер. з англ. Київ: Вид-во "Києво-Могилянська академія", 2021. 512 с.
4. Литвишко Л. О., Марченко П. А. Туристичний потенціал України та його розвиток у сучасних умовах. Електронний фаховий журнал з економічних наук «Економіка та суспільство». 2022. № 35. С. 76-82. URL: <http://surl.li/ozhfj>
5. Тарасюк Г. Ф. Організація туристичної діяльності: підручник / Г. Ф. Тарасюк, О.М. Жуков. Київ: Кондор, 2021. 396 с.

## ДОЗВІЛЛЯ В СУЧАСНІЙ ЯПОНІЇ: ГАРМОНІЯ ТРАДИЦІЇ І СУЧАСНІСТЬ

**НОВАК Катерина,**

*здобувачка освітнього ступеня*

*«Бакалавр» спеціальності « Готельно-ресторанна справа »*

*Національний університет біоресурсів і природокористування України, м. Київ*

Сучасна Японія – це унікальне поєднання глибоких традицій і передових технологій, що яскраво відображається у сфері дозвілля. Тут давні чайні церемонії та театри кабукі гармонійно співіснують із кіберспортивними аренами, тематичними кафе та віртуальною реальністю. Японці вміють насолоджуватися життям, знаходячи баланс між спокійним відпочинком у гарячих джерелах і захопливими розвагами у великих мегаполісів. Зараз ми розглянемо найпопулярніші види дозвілля в Японії, які роблять цю країну особливою для місцевих жителів і туристів.

Розваги в Японії це дуже інноваційно, і індустрія розваг тут є однією з найбільших у світі. Існують різні форми японської розваги, які стали популярними у всьому світі, незважаючи на культурний та мовний бар'єр у країні. Наприклад, Караоке це важливий вид розваг в Японії. Йдеться про спів пісень пісні для вашої інструментальної пісні. Тексти пісень відображаються на екрані, коли вони співають. Караоке бере свій початок у Японії, і ви зустрінете караоке-бари та магазини, які розповсюджені по всій країні. Є сучасні бари, які мають кілька приватних караоке-залів, які оснащені караоке-програвачем, екранами та мікрофоном. Ви також можете замовити напої та їжу з більшості коробок та листів.

У Японії також є комікси та мультфільми, які є популярним видом розваги. Вони доступні з різних тем, таких як путівники, фантастика та історія. Манги доступні для дітей, дорослих та будь-якої вікової групи. Є численні парки розваг, які також виступають як популярний вид розваг в Японії. Найпопулярніший парк розваг Токійський курорт Діснея, що за 15 хвилин їзди на поїзді від Токіо. Цей комплекс дуже подобається молодим жінкам та парам. У Японії можна знайти багато інших парків розваг. Так само гарячі джерела є дуже популярним видом розваг в Японії. У кожній частині країни є гаряче джерело, яке також має туристичний центр. Існує кілька типів гарячих джерел, які відрізняються мінералами, що розчиняються у воді.

У Японії понад 2 тисячі культурно-історичних пам'яток. Її недарма вважають країною контрастів. В одній частині Токіо, що на вершині, переважають стиль хай-тек та сучасність, в іншій, що розташована в низині, усе дивує давністю. Неможливо не згадати про сервіс обслуговування, який вважають найкращим у світі. Після відвідин Японії персонал в інших країнах здаватиметься просто хамським. Оригінальна кухня не обмежується лише стравами з сирої риби, але й включає широкий аспект варених, смажених і тушкованих страв, які розкривають багатство смаків та текстур.

В Японії незліченна кількість святинь і храмів. Чому вони присвячені? В Японії поширений не лише буддизм, але й значною мірою синтоїзм. Синтоїзм зустрічається виключно в Японії і має справу з власною міфологією, яка була в Японії набагато довше, ніж сам буддизм. З появою буддизму ці дві релігії толерантно ставилися одна до одної, а в деяких випадках навіть злилися в так званий синто-буддизм через те, що вони мають багато спільних рис. Японці дотримуються всіх свят і фестивалів, пов'язаних з ним, хоча й кажуть, що не вірять у жодних богів. Незважаючи на свій атеїзм, японці - дуже забобонний народ. Синтоїстську святиню можна впізнати за тим, що перед нею є великі ворота Торії, яких немає в буддійських храмах.

Навесні можна помилуватися цвітінням ніжної сакури, восени – спостерігати листопад японського клена. В одному з найгаласливіших міст світу – Токіо – завжди знайдеться, чим себе розважити. Від хмарочосів, що сягають неба, музеїв, монастирів, храмів переходить подих. У місті Кіото, яке славиться багатовіковою історією, багато парків, садів та неповторної архітектури. Острів Окінава пропонує поєднати екскурсії та розслаблений відпочинок на пляжі. Тут багато дайверів, а курорт Камакура відомий багатьма буддистськими святилищами.

Рівень туризму в Японії високий. В Японії пишаються високою якістю послуг усіх видів. Багатьох туристів приваблює Японія з кількох причин. Японія - перлина Сходу, вона має багато збережених пам'яток, багату історію і настільки специфічну культуру, що її неможливо сплутати з будь-якою іншою.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Веб-сайт Абсолютні подорожі <https://uk.absolutviajes.com/%D0%AF%D0%BF%D0%BE%D0%BD%D1%96%D1%8F/%D1%80%D0%BE%D0%B7%D0%B2%D0%B0%D0%B3%D0%B8-%D0%B2-%D0%AF%D0%BF%D0%BE%D0%BD%D1%96%D1%97/> (дата звернення: 04.03.2025).
2. Офіційний сайт kolo.news новини Полтави <https://kolo.news/category/dozwillia/9821> (дата звернення: 04.03.2025)
3. Офіційний сайт авіакомпанії cestee <https://www.cestee.com.ua/priznacennya/yaponiya> (дата звернення: 04.03.2025)

Науковий керівник: Шкварун Л. І.

## ДОЗВІЛЛЯ ПІД ЧАС ВОЄННОГО СТАНУ В УКРАЇНІ

**ПАВЛЮК Ольга,**

*здобувачка освітнього ступеня «Бакалавр»*

*спеціальності « Готельно-ресторанна справа»,*

*Національний університет біоресурсів і природокористування України, м. Київ*

Нині Україна переживає найскладніший період в своїй новітній історії. Дякуючи ЗСУ, колективи закладів вищої освіти мають можливість

продовжувати навчально-виховний процес. Зосереджувати свою увагу лише на новинах з фронту психологи не рекомендують, потрібні періоди відпочинку. Саме прогулянки, відвідування музеїв, театрів сприяють відпочинку нервової системи. Умови воєнного стану та онлайн-навчання стають на заваді особистому відвідуванню закладів культури. Крім того, частина здобувачів вищої освіти перебуває за кордоном. На допомогу приходять онлайн-технології, що дозволяють нині, перебуваючи у безпечному місці, відвідати багато цікавих місць світу.

Що ми знаємо про те, як наші співвітчизники на деокупованих і прифронтових територіях проводять свій вільний час? Основна знахідка є, те, що в принципі на прифронтових територіях існує інфраструктура і система забезпечення культурних послуг. Вона існує в різному вигляді, з різним забезпеченням, з різним фінансуванням, але існує. І в цьому є велика потреба, попри те, що наші громадяни розуміють, наскільки величезна потреба також у фінансуванні ЗСУ і Сил оборони. Але все ж культура відіграє велике значення, насамперед, як комунікаційний аспект. Це – умовне місце для зустрічі, для комунікації, для спілкування. На прифронтових територіях є величезна розірваність соціальних зв'язків через різні причини. Це і руйнування логістики, і, насамперед, фактор безпеки. Також величезний вплив справила епідемія ковіду, яка згодом перейшла у повномасштабну війну. Тому культура розглядається саме як комунікаційний аспект.

Основними формами дозвілля вважається спорт, розваги в інтернеті, час для себе, здоров'я, освіта та література. 70% громадян приділяють час онлайн-розвагам, серед яких 58% надають перевагу гральним автоматам. Але оскільки більшість українців втратила частину доходів, поціновувачі казино стали більш активно шукати в мережі вигідні пропозиції.

Близько 74% українців вважають відвідування салонів краси необхідними. 50% опитуваних жінок роблять таку ж кількість б'юті-процедур, як і в довоєнний час. Українці стали більше коштів витратити на покупку книжок, це допомагає відволікатися від новин. 60% стали купувати більше дитячої літератури українською мовою, а також книг з ухилом до історії та атрибутів нашої держави.

Також високу популярність мають освітні ресурси. 45% громадян прагнуть змінити професію та витрачають час на перекваліфікацію. 65% вивчають іноземні мови, здебільшого англійську та польську.

Поки наші захисники мужньо борються з російськими окупантами, найбільше страждають діти. Під час військових дій вони залишаються найбільш вразливими і потребують психологічної підтримки. Не позбавляти дитинства, а навпаки, всіма способами його створити. Займати дітей цікавими заняттями, однозначно допоможе легше адаптуватись до нового життя. Зазвичай діти самі визначаються із своїми хобі. Батькам достатньо їх тільки підтримувати та зберігати спокій, а також бути для них прикладом і не забувати про себе. Вберегти дітей від стресу під час війни допомагає навчання та розвиток творчості. Кожен знаходить спосіб проявити себе та водночас відволікатись від проблем.

Ми бачимо, як сильно війна змусила людей змінити свої звички та пріоритети. Але попри все можна помітити, що українці намагаються повернути собі хоча б невелику частку 'нормального життя' у вигляді витрат на маленькі приємності: відвідати кафе з друзями, сходити на манікюр або підтримувати здоров'я в нормі. Це дозволяє людям зберігати адекватний психологічний стан, живучи в умовах війни вже декілька років.

У висновку можна сказати, що українці цінують близьке оточення та проводять з друзями та близькими більше часу, ніж планують. Вони все ще не готові до значних витрат або зайвого ризику, що пов'язаний з поїздками чи переміщеннями, однак, попри війну не забувають про себе

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Дослідження Gradus Research: «Планувати чи робити? Покупки та дозвілля українців під час війни» URL: <https://gradus.app/kk/open-reports/plan-or-do-shopping-and-leisure-of-ukrainians-during-the-war-ukr/> (дата звернення: 04.03.2024)
2. Офіційний сайт телепередач «m-studio», URL:
3. <http://m-studio.net.ua/dozv%D1%96lja-d%D1%96tejj-p%D1%96d-chas-vo%D1%94nnogo-stanu-jak-pozbutisja-stresu/> (дата звернення: 04.03.2024)
4. Офіційний сайт «Радіо-культура» URL: <https://ukr.radio/news.html?newsID=103332> (дата звернення: 04.03.2024)

## ДОЗВІЛЛЄВІ ПРОГРАМИ В ГОТЕЛЯХ ГРЕЦІЇ І ЩО ВОНИ ПРОПОНУЮТЬ

**ПУТРЕНКО Вероніка,**

*здобувачка освітнього ступеня «Бакалавр»*

*спеціальності «Готельно-ресторанна справа»,*

*Національний університет біоресурсів і природокористування України, м. Київ*

Греція – є одною з найпопулярніших країн для туризму що залишається популярною завдяки своїй історії, мальовничих ландшафтів та клімату сприятливому для розвинення туристичної галузі. Дуже важливий аспект у створенні гарного та комфортного відпочинку є дозвіллієві програми, які часто презентують різні класи готелів. Які спрямовані не тільки на розваги, а й на незабутні емоції та унікальний досвід для всіх від дорослих до малих.

Готелі Греції можуть порадувати різноманітним вибором дозвіллієвих програм, які можна поділити на декілька підгруп на вибір. Гостям які полюбляють активний відпочинок готелі можуть запропонувати заняття водними видами спорту, такі як водні лижі, серфінг, або дайвінг. Багато мереж можуть

надати на території готелів такий вид активного дозвілля як спорт-майданчики, басейни та навіть фітнес-центри. Таким чином гості не тільки активно відпочивають але й активно можуть підтримувати свою фізичну форму.

Також готелі дуже хвилюються за культурно-пізнавальний відпочинок споживача. Часто всім бажаючим влаштовують екскурсії до різних історичних пам'яток, монастирів, музеїв і античних міст. Також проводять майстер-класи з приготування грецьких традиційних страв або національним танцям. Також влаштовуються дуже атмосферні тематичні вечори з живим супроводом та різними виступами які створюють затишок та налаштовують атмосферу на нові знайомство з людьми та місцевою культурою.

А для сімей з дітьми готелі часто надають вибір різноманітних розваг, такі як клуби для дітей, ігрові майданчики, басейни з гірочками та анімаційні програми. Для них наймають професійних дитячих акторів, які також організують квести для малечі, творчі майстер класи з конкурсами та театральними постановами. Такі розваги для дітей є заспокійливим для батьків які знають що дитина зайнята, знаходиться під наглядом та її цікаво в той час як батьки можуть з чистою душею відпочити без дітей.

Постояльцям для яких є важливим і більш приємний пасивний відпочинок можуть скористатися послугами релаксу такими як спа-центри, які є в багатьох готелях. Вони можуть насолодитися саунами, масажами, хамамами а також різними косметичними процедурами. Де інде є таке як Велнес-програми, що поєднують медитацію, йогу та здорове харчування це не тільки цікавий досвід а й спосіб систематизувати своє життя в подальшому та допомагають набратися сил та поліпшити своє самопочуття.

В залежності від розташування країни, готелі можуть пропонувати різні види дозвілля які можуть відрізнятися один від одного. На приморських островах такі як Крит, Родос або Корфу, більш акцентований пляжний відпочинок та водні розваги. Більш далі в материкову частину Греції, наприклад, Афінах, туристам більше пропонують екскурсії, культурні заходи да археологічні пам'ятки. А у північних регіонах, наприклад Халкідіки, є дуже популярні та пропоновані еко-тури , піші прогулянки по гірським стежкам та дегустуванням місцевих вин.

У готелях високого класу дозвіллеві програми є набагато розвинутими та різносторонніми. В таких готелях постояльцям можуть запропонувати гастрономічні вечори в супроводі класної живої музики, артистів з смачними стравами від шеф-кухарів, цікаві екскурсії на яхтах та вертолітні тури.

Таким чином ми розглянули дозвіллеві програми в готелях Греції та їх пропозиції які є невід'ємною частиною розвитку туристичного сервісу, що створює незабутні емоції, гарні спогади за якими буде бажання повернутися. Через незвичайно широкий вибір відпочинку кожний споживач від великої родини до єдиної людини знайде розваги саме для себе хоч драйвовий відпочинок пирнаючи з аквалангом чо спокійна екскурсія незабутніми місцями. Такий підхід забезпечує високий рівень дозвілля, високий рівень задоволених клієнтів та забезпечує інших високим рівнем конкуренції в сфері обслуговування, туризму та дозвілля.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. У пошуках комфорту: як відпочити в Греції після відкриття кордонів. <https://travel.rbc.ua/ukr/show/poiskah-komforta-otdohnut-gretsii-letom-otkrytiya-1625655352.html> (дата звернення: 15.02.2025).
2. ТОП-7 курортів для сімейного відпочинку в Греції. <https://turpoisk.ua/ua/statii/top-simeinykh-kurortiv-hretsii> (дата звернення: 15.02.2025).
3. У Грецію за 16 тисяч: де добре і дешево провести відпочинок на півдні Європи. <https://apostrophe.ua/ua/article/society/2021-07-13/v-gretsiyu-za-16-tyisyach-gde-horoshho-i-deshevo-provesti-otdyih-na-yuge-evropyi/40625> (дата звернення: 15.02.2025)
4. Family Club Grekoletto від «Музенідіс» у готелях Греції! <https://www.mouzenidis.com/uk-ua/greece/article/grekoletto> (дата звернення: 15.02.2025).

Науковий керівник: Шкварун Л. І.

## КУЛЬТУРНО-ДОЗВІЛЛЄВИЙ ПОТЕНЦІАЛ ФРАНЦІЇ

**РЯБУХА Інна,**

*здобувачка освітнього ступеня «Бакалавр»  
спеціальності «Готельно-ресторанна справа»,  
Національний університет біоресурсів і природокористування України, м. Київ*

Франція є першим туристичним напрямком у світі. У 2018 році материкову частину країни відвідали 89,4 млн. іноземних туристів. Дана цифра перевищила показник 2017 року на 3%. Туризм є ключовим сектором французької економіки, він становить близько 8% ВВП, 56,24 млрд. євро доходу і забезпечує 2 млн. прямих і непрямих робочих місць.

Основними районами культурного туризму у Франції є Париж і Іль-де-Франс, Нормандія, Північно-Східна Франція, Бретань, Бургундія, Долина річки Луара, Центральна Франція, долина річки Рона і провінція Прованс, французька Рів'єра, французькі Альпи, Піреней, о. Корсика.

Франція славиться своєю багатого культурною спадщиною та унікальним стилем життя, що поєднує традиції з сучасними тенденціями. Дозвілля у Франції завжди відігравало важливу роль, і його розвиток відображає гармонійне співіснування історичних звичаїв із новітніми інноваціями.

Культурні ресурси регіону формують його культурний потенціал – частину туристсько-рекреаційного потенціалу території, який поряд з природно-ресурсним є однією з головних передумов розвитку туристично-рекреаційної сфери в регіоні.

Франція є країною централізованих, адміністративно-державних традицій управління сферою культури. Так, провідну роль в розвитку культурно-

дозвіллевої сфери відіграє Міністерство культури й комунікації Франції, створене 1959 року. Воно підтримує широкий спектр напрямів культурно-дозвіллевої діяльності (оперне, балетне, театральне, образотворче, хореографічне мистецтва, мову, молодіжну субкультуру, дизайн, моду, національну кухню, національну спадщину) за допомогою розгалуженої централізованої адміністративної мережі.

Традиційні форми дозвілля у Франції включають культурні заходи, гастрономічні враження та соціальні зібрання. Французи цінують мистецтво, театр, кіно, літературу та музику. Наприклад, відвідування театрів, оперних вистав та художніх галерей залишається популярним способом проведення часу. Одним із найвідоміших фестивалів є Каннський кінофестиваль, який щорічно збирає кіноманів з усього світу.

Важливе місце у традиційному дозвіллі займає гастрономія. Французькі ресторани, кав'ярні та виноробні пропонують не лише високу якість страв, а й атмосферу, що сприяє неспішному спілкуванню. Знаковими закладами є Café de Flore та Les Deux Magots у Парижі, які стали місцями зустрічей інтелектуалів та митців. Вечері з родиною чи друзями, дегустація сирів і вин є невід'ємною частиною французького стилю життя.

Зі змінами в суспільстві французьке дозвілля також еволюціонує. Сучасні технології сприяють розвитку нових форм розваг. Наприклад, віртуальні виставки в музеях, інтерактивні театральні вистави та цифрові кінофестивалі стають доступними завдяки інтернету. Також популярності набувають екологічний туризм та активний відпочинок, зокрема велосипедні прогулянки, хайкінг та винні тури.

Прованс приваблює туристів своєю природною красою, лавандовими полями та виноробними регіонами, що пропонують автентичні гастрономічні подорожі. Лазурний берег відомий розкішними пляжами, яхтовими прогулянками та культурними заходами, такими як кінофестиваль у Каннах. Для любителів зимового відпочинку французькі Альпи пропонують найкращі гірськолижні курорти Європи.

Французькі парки розваг, такі як Disneyland Paris та Futuroscope, демонструють сучасний підхід до організації дозвілля, поєднуючи новітні технології з культурними елементами. Зокрема, Futuroscope пропонує відвідувачам унікальний досвід завдяки використанню віртуальної реальності та мультимедійних шоу.

Таким чином, традиції та сучасний розвиток дозвілля у Франції гармонійно співіснують, створюючи унікальний досвід як для місцевих жителів, так і для туристів. Французьке дозвілля зберігає свою витонченість і водночас відкривається до нових технологій та світових трендів.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Національні традиції та звичаї Франції // GlobalHistory. URL: [https://globalhistory.com.ua/uk/article/franciya/nacionalnye\\_tradicii\\_i\\_obychai\\_francii](https://globalhistory.com.ua/uk/article/franciya/nacionalnye_tradicii_i_obychai_francii) (дата звернення: 07.03.2025).

2. Французькі традиції та культура // FamilySearch. URL: <https://www.familysearch.org/uk/blog/french-culture-traditions-uk> (дата звернення: 07.03.2025).
3. Культура, традиції та звичаї Франції // Yak.koshachek.com. URL: <https://yak.koshachek.com/articles/kultura-tradicii-ta-zvichai-francii.html> (дата звернення: 07.03.2025).
4. Культурні фестивалі, свята - Організація дозвілля у Франції // Studwood.net. URL: [https://studwood.net/1126653/turizm/kulturni\\_festivali](https://studwood.net/1126653/turizm/kulturni_festivali) (дата звернення: 07.03.2025).

Науковий керівник: Шкварун Л. І.

## ДОЗВІЛЛЯ ПО-ІТАЛІЙСЬКИ

**ЦЮПЕНКО Анастасія,**

*здобувачка освітнього ступеня «Бакалавр»*

*спеціальності «Готельно-ресторанна справа»,*

*Національний університет біоресурсів і природокористування України, м. Київ*

Італія славиться своїм особливим підходом до дозвілля, що поєднує традиції, гастрономію, мистецтво та активний спосіб життя. Дозвілля італійців – це не лише відпочинок, а й важливий соціокультурний феномен, який відображає їхні цінності та стиль життя. Сучасні тенденції змінюють формат дозвілля, інтегруючи цифрові технології та нові способи проведення вільного часу.

Італія - це країна, яка славиться своєю культурою, кухнею та традиціями. Італійці дуже поважають свої звичаї та традиції, які передаються з покоління в покоління. У цій статті ми розглянемо деякі з найбільш відомих та цікавих італійських традицій та звичаїв, які варто знати тим, хто планує відвідати країну.

Італія – рай для закоханих. У жодній країні світу немає такої кількості романтичних місць, відомих на весь світ. Саме в Італії розташований один з найромантичніших міст в світі – Венеція. Ніколи не забудуться враження про прогулянки на гондолах в променях заходу і прогулянка по вузьких вуличках, в хитросплетінні яких неважко загубитися.

Напевно, немає в світі жодної людини, якій не була б відома історія кохання Ромео і Джульєтти. Верона, де і відбувалася дія однойменної п'єси Шекспіра, користується надзвичайною популярністю серед закоханих. Це місто буквально просякнутий духом романтики.

Італійський стиль є синонімом гарного смаку і елегантності в усьому світі. При думці про гарну дизайнерському одязі в голові виникають образи іменитих італійських брендів. В останні роки саме Мілан вважається всесвітньою столицею моди. Більшість великих всесвітньо відомих модних

брендів, таких як Valentino, Gucci, Versace, Prada, Armani і Dolce & Gabbana народилися в Мілані. Два рази на рік саме в Мілані проводиться Тиждень мод.

Неперевершеним святом є Фестиваль Карнавалу, який відбувається в Венеції. Це феєричне шоу, де учасники одягнені у костюми та маски, відчуття від якого не можна передати словами. Паліо в Сієні – видовищні кінні перегони на центральній площі міста.

Також в Італії є безліч різних фестивалів, пов'язаних з мистецтвом, культурою та їжею. Наприклад, Фестиваль Аперітіво в Мілані, де ви можете спробувати різноманітні закуски та напої з усього світу. Італійці також славляться своєю кухнею та фестивалями, пов'язаними з їжею, такими як Сагра della Porchetta, який проводиться в місті Ареццо та присвячений традиційному свининному різню.

Важливим аспектом італійських традицій є родина. Італійці дуже прив'язані до своїх родин, і родинні збори є важливою частиною їхнього життя. Вони вважають, що родина - це найважливіша річ у житті, і завжди готові підтримати та допомогти один одному.

У Італії також є багато інших традицій та звичаїв, які роблять цю країну такою особливою та привабливою для туристів. Від архітектури до культури та гастрономії, Італія має щось для кожного. Італійські міста, такі як Рим, Венеція, Флоренція та Неаполь, мають безліч визначних пам'яток, які приваблюють тисячі туристів кожного року..

Італійці дуже горді своєю культурою, і це відображається в їх мистецтві, літературі та музиці. Від Мікеланджело та Рафаеля до Данте та Петрарки, італійці мають довгу і славу історію у сфері мистецтва та літератури. Крім того, вони мають дуже розвинену музичну сцену, де оперні виконавці, такі як Лучіано Паваротті та Андреа Бочеллі, стали знаменитими по всьому світу.

Але, безумовно, однією з найбільш привабливих рис Італії є її кухня. Італійська кухня відома своїми смачними піццями, пастами та сиром, а також свіжими та смачними овочами та фруктами. Крім того, Італія також відома своїми винами, особливо червоними, такими як Чіанти та Бароло.

Також варто згадати, що італійці дуже сімейно орієнтовані та присвячують багато часу родинним зборам та вечерам. Обід для італійців є особливо важливим сімейним заходом, коли всі збираються за одним столом та насолоджуються смачними стравами.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Довідка, Цікаві факти про Італію – ТОП 20. Джерело: <https://journals.uran.ua/kis/article/view/148909> (дата звернення: 27.02.2025).
2. Вікіпедія, стаття про Італію. Джерело: [https://was.media/tag/italija/?gad\\_source=1&gclid=CjwKCAiA5pq-BhBuEiwAvkzVZauLNUjfBKmOEi2ZFh7TINFspCRZX7Gekksx1z6Pf8mnivutvL6cbhoCg-IQAvD\\_BwE](https://was.media/tag/italija/?gad_source=1&gclid=CjwKCAiA5pq-BhBuEiwAvkzVZauLNUjfBKmOEi2ZFh7TINFspCRZX7Gekksx1z6Pf8mnivutvL6cbhoCg-IQAvD_BwE) (дата звернення: 27.02.2025).

Науковий керівник: Шкварун Л. І.

**ДЛЯ ПОДАТОК**