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

ТУРИЗМ І ГОСТИННІСТЬ: СТАН, ПРОБЛЕМИ, ПЕРСПЕКТИВИ

Матеріали IX Міжнародної науково-практичної конференції

20 березня 2025 р., м. Черкаси

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

ТУРИЗМ І ГОСТИННІСТЬ: СТАН, ПРОБЛЕМИ, ПЕРСПЕКТИВИ

Матеріали IX Міжнародної науково-практичної конференції

(20 березня 2025 р., м. Черкаси)

Черкаси
Видавець Юлія Чабаненко
2025

УДК 338.48:33214
ББК 65.43
Т 88

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

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

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

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

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

ББК 65.43
© ЧНУ імені Богдана Хмельницького, 2025

ЗМІСТ

Секція 1. Туризм і гостинність: теорія і практика

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

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

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

Александрова, Н. М. Влащенко, О. М. Колесников; ред.: І. М. Писаревський; МОНМС України, Харк. нац. акад. міськ. госп-ва. – Х. : ХНАМГ, 2012. – 208 с.

2. Александров В.В. Туризм в системі пріоритетів регіонального розвитку : монографія / В. В. Александров, О. О. Вишневська, І. І. Волкова, Ю. П. Грицак, О. Г. Павлова, А. Ю. Парфіненко, А. С. Перепелиця, П. О. Подлепіна, Ю. І. Прасул, В. І. Сідоров, О. О. Шаповалова, О. Є. Юрченко, С. О. Юрченко; Харк. нац. ун-т ім. В.Н. Каразіна. – Х. : ХНУ ім. В.Н. Каразіна, 2010. – 268 с.

3. Туризм в Україні. Статистичний бюлетень. – Державна туристична адміністрація України. – К., 2013. – 40 с.

Барвінок Н. В.
викладач
Уманський державний педагогічний університет імені Павла Тичин
м. Умань, Україна

МЕТОДИ ПРИЙНЯТТЯ УПРАВЛІНСЬКИХ РІШЕНЬ НА ТУРИСТИЧНИХ ПІДПРИЄМСТВАХ ЧЕРЕЗ МАРКЕТИНГОВІ АСПЕКТИ УПРАВЛІННЯ

Зважаючи на тенденції розвитку галузей туризму та маркетингу, а також глобалізаційні процеси, науковий і технічний прогрес, виникнення криз та швидкі зміни у потребах споживачів, як до самого туристичного продукту, так і до засобів та інструментів його просування, для ефективної діяльності туристичного підприємства та підтримки і зростання його конкурентоспроможності, на одне з перших місць виходить формування системи управління маркетингом.

Для формування системи управління маркетингом на сьогоднішній день ключове місце посідає застосування маркетингових аспектів управління, які можуть значно полегшити прийняття результативних управлінських рішень та управління маркетингом туристичного підприємства. Застосування актуальних методів прийняття управлінських рішень через маркетингові аспекти управління може значно підвищити результативність управління туристичним підприємством в системі управління маркетингом туристичного підприємства в умовах глобалізаційних процесів, наукового і технічного прогресу, конкурентного середовища та виникнення криз [2].

Неформальні методи (інтуїція, техніка модерації, ментальні карти) можуть допомогти швидко оцінювати складні ситуації, візуалізувати їх, приймати швидкі управлінські рішення щодо їх вирішення та стимулювати і залучати творчий процес команди для їх вирішення. Колективні методи обговорення і прийняття рішень («мозковий штурм» («мозкова атака») або «брейнстормінг») в умовах глобалізаційних процесів, наукового та технічного

прогресу, конкурентного середовища та виникнення криз під час управління туристичним підприємством може використовуватись для генерації ідей щодо маркетингових стратегій, подолання кризи та підвищення комунікації і спільної роботи в команді. Метод Делфі (багатотурова процедура анкетування) може значно допомогти досягти консенсусу та стабільної думки, об'єктивної оцінки та прогнозів під час прийняття управлінських рішень та врахувати всі точки зору у складних нестабільних умовах. Раціональні логічні методи («дерево рішень», «дерево цілей») можуть значно полегшити визначення цілей та планування дій щодо їх досягнення із врахуванням процесів у маркетинговому середовищі. Кількісні методи (теорія ігор (розглядає задачі щодо конкурентної боротьби тощо)), дозволяють приймати оптимальні рішення на основі аналізу стратегій конкурентів та програванні їх можливої реакції на власні дії задля вибору відповідних дій. Кількісні методи дозволяють передбачити можливі кризові ситуації та приймати управлінські рішення щодо їх вирішення. Застосування індивідуального стилю прийняття управлінського рішення (особисті рішення) дозволяє підібрати підходи щодо управління до кожним членом команди задля використання їх сильних сторін та індивідуальних особливостей [1, 3].

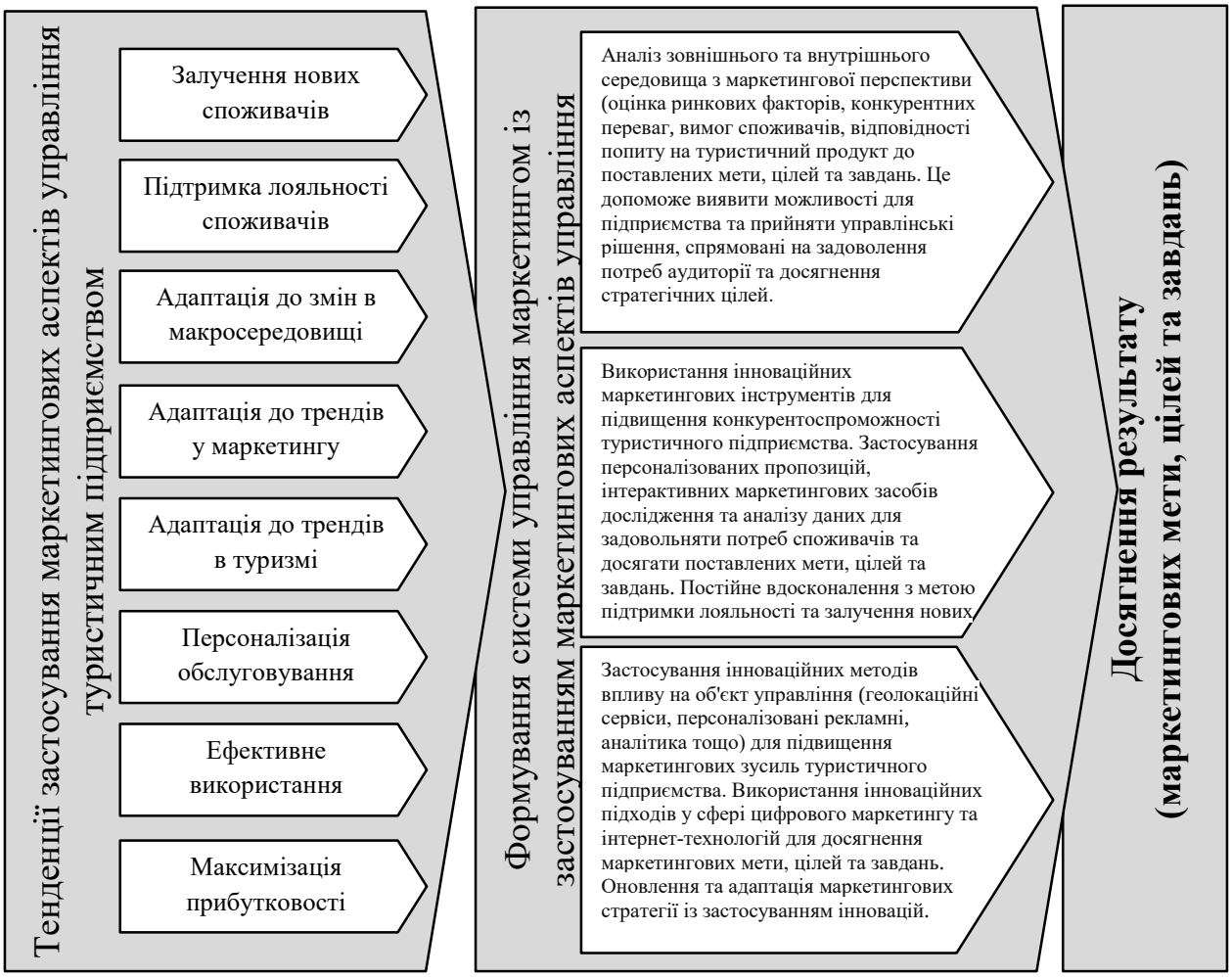


Рисунок 1. Тенденції застосування маркетингових аспектів управління туристичного підприємства

Джерело: Розроблено автором

Зважаючи на тенденції у сучасному суспільстві серед маркетингових аспектів управління туристичним підприємством одне з важливих місць посідають інновації із широким застосуванням цифрових технологій. Застосування в сукупності інновацій та традиційних методів маркетингу можуть значно допомогти досягнути цілковитої ефективності маркетингу через комплексне їх застосування на всіх етапах маркетингової діяльності.

Список використаних джерел:

1. Беркова, О., Борисюк, О. (2023). Роль маркетингових досліджень регіональних туристичних ринків. *Економіка та суспільство*. 2023. №48. DOI: https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-48-2.
2. Небилиця О. А. Узагальнення методів проведення маркетингових досліджень у сучасних умовах. *Конкурентоспроможність та інновації: проблеми науки та практики*: матеріали міжнар. наук.-практ. інтернет-конф., 19 лист. 2021 р. Харків : ФОП Лібуркіна Л. М., 2021. С. 266-269. URL: http://repository.hneu.edu.ua/handle/123456789/27192 (дата звернення: 14.03.2025).
3. Савіна С. С. Науково-методичні підходи до розроблення маркетингової стратегії підприємства. Науковий вісник Ужгородського національного університету. Серія: Міжнародні економічні відносини та світове господарство. 2018. Випуск 19, частина 3. С. 15-19.

Бугаєва М.В.,
к. е. н., доцент,
професор кафедри економіки, підприємництва
та готельно-ресторанної справи
Кравець А.І.,
здобувач вищої освіти
Центральноукраїнський національний технічний університет
м. Кропивницький

ІННОВАЦІЙНІ КОНЦЕПЦІЇ ПРОЄКТУВАННЯ ПІДПРИЄМСТВ ГОТЕЛЬНОГО БІЗНЕСУ: СУТНІСТЬ ТА КОНКУРЕНТНІ ПЕРЕВАГИ

У сучасному світі готельного бізнесу, де конкуренція постійно зростає, ключем до успіху є інновації в проєктуванні та управлінні готельними підприємствами. Інноваційні концепції проєктування підприємств готельного бізнесу стають все більш актуальними, оскільки вони дозволяють створювати унікальні та привабливі пропозиції для гостей, а також забезпечувати більш ефективне використання ресурсів. Інновації в готельному бізнесі не обмежуються лише новітніми технологіями у керуванні чи бронюванні, але й включають креативний підхід до дизайну, концепції послуг, стратегій гостинності та навіть екологічної стійкості. Розробка інноваційних проєктних

Наукове видання

ТУРИЗМ І ГОСТИННІСТЬ:

СТАН, ПРОБЛЕМИ, ПЕРСПЕКТИВИ

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

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

Загальне редагування та макетування В. А. Красномовець

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

Видавець: Чабаненко Ю.А.

Свідоцтво про внесення до Державного реєстру видавців
серія ДК № 1898 від 11.08.2004
Україна, м. Черкаси, вул. О. Дашковича, 39 Тел.: (0472) 56-46-66
Друк ФОП Чабаненко Ю.А. Україна, м. Черкаси, вул. О. Дашковича, 39 Тел.: (0472) 56-46-66 E-mail: office@2upost.com

