

Уманський національний університет

Факультет менеджменту

Кафедра туризму та готельно-ресторанної справи

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

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

30 жовтня 2025 року

Умань-2025

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

Редакційна колегія:

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

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

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

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

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

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

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

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

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

С83 **Стратегічні перспективи туристичної та готельно-ресторанної індустрії в Україні: теорія, практика та інновації розвитку: збірник матеріалів Всеукр. наук.-прак. інт.-конф., 30 жовтня 2025 р. Умань: ВПЦ «Візаві», 2025. 505 с.**

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

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

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

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

РОЗДІЛ 6.

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

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

Козловський Р.С.,

викладач,

Одеський національний економічний університет

ГАСТРОНОМІЧНИЙ ТУРИЗМ ЯК РЕСУРС ВІДНОВЛЕННЯ СОЦІОКУЛЬТУРНОЇ ІДЕНТИЧНОСТІ ДЕСТИНАЦІЇ

Соціальна ідентичність дестинації постає з переплетення символів, практик і комунікацій, які формують відчуття місця, належності та відмінності. Гастрономія у цій конфігурації виконує роль одночасно матеріального об'єкта споживання і знаку, що кодує локальний досвід.

Класичні підходи культурної економіки наголошують на соціальному походженні смаків та зв'язку гастрономії з капіталами спільноти, тоді як туризмознавчі інтерпретації вказують на глибинне прагнення “побачити справжнє” через кулінарні практики, ринки, фермерські господарства та кухні. Нематеріальна спадщина надає цьому пошуку нормативного виміру, адже визнані практики приготування й споживання їжі отримують охоронний статус, легітимуючи локальні наративи і роблячи їх видимими на національному та міжнародному рівнях.

У сучасних дестинаціях до цієї тріади додається цифровий вимір: платформи відгуків, соціальні мережі, стріми з кухонь і виноробень, а також візуальні наративи користувачів, які множать голоси місця й дозволяють туристам ставати спів-авторами його історії [1].

Відновлення соціокультурної ідентичності через гастрономічний туризм відбувається в послідовності, де локальні ресурси конвертуються в практики, а практики – у стійкі наративи. Сировинні й ремісничі активи, рецептурна пам'ять, кулінарні ритуали та локальні інституції гостинності утворюють підґрунтя для сучасних форматів, зокрема тематичних маршрутів, агрогастрономічних візитів, майстер-класів, фермерських обідів і фуд-фестивалів. Коли ці формати доповнюються інтерпретаційними сюжетами про походження продуктів, технології, людей і місця, вони породжують відчуття причетності та емпатії. Економічна вартість у цьому процесі зростає не лише завдяки витратам туристів на харчування, а й через поширення доданої вартості в суміжних галузях – від упаковки та дизайну до медіавиробництва і креативних індустрій.

Комунікаційна екосистема підсилює цей ефект, коли ресторани, локальні виробники, музеї, освітні заклади та органи дестинаційного менеджменту працюють узгоджено, продукуючи достовірні, етичні та емоційно резонансні повідомлення.

Карпатський регіон переконливо демонструє, як ідентичність матеріалізується в продукті з географічним зазначенням і як такий продукт стає “якорем” маршруту. Сирні стежки, хедлайнерські сироварні, пастуші історії та сезонні обряди утворюють не сценографію для туриста, а простір зустрічі з живою традицією; тут важливою є участь самих громад у визначенні правил доступу до досвіду, темпоральності та справедливої ціни. У

Придунав'ї взаємодія виноробів, гастрономічних ферм і культурних інституцій породжує наратив про мультикультурну кухню, де рецепти болгар, гагаузів, українців і молдаван зшивають розмаїття в цілісну історію. Причорноморські міста, попри безпекові обмеження, переформатовують фестивалі й міські ринки в камерні події з акцентом на локальних продуктах, сезонності та відкритій кухні; така інтимність підсилює довіру, розкриває біографії кухарів і фермерів, дозволяє відновлювати відносини між містом і селом, а також створює первинні мотиви повернення. Символічний вимір посилюється там, де кулінарні практики отримують міжнародне визнання як нематеріальна спадщина: така легітимація не лише захищає традицію, а й надає громадам аргументи в переговорах з інвесторами та медіа, допомагаючи уникати поверхневого “фольклору для фото” на користь автентичного досвіду.

Кулінарний досвід у DESTINATION працює як механізм емоційного заспокоєння і соціальної афіляції. Ритуали спільної трапези, історія походження інгредієнтів, розповіді носіїв традиції та можливість долучитися до процесу приготування створюють відчуття безпеки й довіри. Для переселенців і діаспорних спільнот гастрономічний туризм стає формою повернення до місця і себе, відновлює нитку пам'яті й дозволяє будувати міст між минулим і теперішнім. Для місцевих жителів участь у гастроподіях підсилює гордість, визнає внесок невидимої праці та структурує позитивні колективні емоції. Цифрова репрезентація цього досвіду через дописи, короткі відео та відгуки поширює ефект за межі DESTINATION, підтримуючи процеси ідентифікації на відстані та формуючи ком'юніті довкола кухні як культурного коду.

Ефективне повідомлення про гастрономію DESTINATION базується на балансі між знанням і історією. Дослідницька точність щодо походження продуктів і технологій має поєднуватися з людськими сюжетами про носіїв традиції, ремісничі команди та молоді бізнеси, які адаптують спадщину до сучасності.

Ресторани та готелі можуть ставати наративними вузлами, де меню розповідає мапу DESTINATION, а сервіс вчить читати місцеву культуру без повчальності. Візуальна мова туристичного брендингу повинна відмовлятися від сценічних кліше на користь мікроісторій і тактильних деталей, які дають уявлення про текстуру, ритм і смак місця. Цифрові комунікації набувають автентичності тоді, коли відвідувачі отримують інструменти для співтворення історії – від кулінарних майстер-класів до “редакторських” медіаточок, де кожен гість може записати інтерв'ю з носієм традиції або залишити власну мікро-рецепцію.

Політики та практики DESTINATION менеджменту мають звернутися до гастрономії не як до простого “додатку” до туристичного продукту, а як до стрижня інтегрованої стратегії, що поєднує культурну спадщину, освіту, креативні індустрії та місцеве підприємництво. Для HoReCa це означає перехід від транзакційного підходу до сервісного дизайну, що вбудовує

інтерпретацію, етичні закупівлі та прозорість ланцюга походження у кожную точку контакту з гостем. Для органів влади – розбудову інституцій підтримки географічних зазначень і гастрономічних кластерів, фінансування інфраструктури м'якої мобільності між виробниками та закладами гостинності, а також розвиток дослідницької та статистичної бази, здатної вимірювати ефекти гастрономічного туризму на ідентичність, соціальний капітал і місцеві доходи [2]. Для освітнього сектору – посилення програм з культурної антропології їжі, стійкого харчування, комунікації спадщини та підприємництва в кулінарній сфері, що здатні готувати фахівців для нової екосистеми.

Гастрономічний туризм у посттравматичних і турбулентних контекстах є більше ніж формою дозвілля. Це інфраструктура сенсу, завдяки якій громади повертають собі голос, переглядають історії, що їх визначають, і запускають економіки близької відстані, в яких довіра та взаємність перетворюються на додану вартість.

Український досвід свідчить, що стійкі результати з'являються там, де кухня залишається правдивою до свого ландшафту, де місцеві виробники й ресторатори виступають кураторами змісту, а туристи – спів-оповідачами. У такій перспективі гастрономія стає не декором для бренду дестинації, а її ядром, здатним відновлювати пам'ять, творити спільність і відкривати майбутнє, у якому автентичність та інновація взаємно підсилюють одна одну [3].

Бібліографічний список:

1. Козловський Р.С. Збереження об'єктів світової спадщини ЮНЕСКО. *Розвиток туристичного бізнесу та рекреації: досвід, сучасні виклики та майбутні орієнтири*: Матеріали Міжнародної науково-практичної конференції молодих вчених та здобувачів вищої освіти, 16-17 квітня 2025 року. Одеса: Одеський національний технологічний університет. 2025. С. 121-123.
2. Козловський Р.С., Шикіна О.В. Гастрономічний туризм Японії: сучасні тренди. *Локалізаційні аспекти інноваційного розвитку економіки*: збірник матеріалів Всеукраїнської науково-практичної конференції молодих вчених, 18 жовтня 2024 р. Одеса: ОНЕУ. 2024. С. 306-307.
3. Козловський Р.С. Кластери подієвого туризму в Україні. *Світовий досвід кластеризації різних видів туризму*: збірник тез круглого столу, 16 листопада 2020 р. Одеса: ОНЕУ. 2020. С. 17-18.

*Козяревич А.М.,
здобувачка вищої освіти,
Уманський національний університет
Науковий керівник: к.е.н., доцент Непочатенко В.О.*

СТИЛІ ІНТЕР'ЄРНИХ РІШЕНЬ У ЗАКЛАДАХ РОЗМІЩЕННЯ

У сучасних умовах розвитку індустрії гостинності ефективна організація внутрішнього простору закладів розміщення є одним із ключових чинників