

Міністерство освіти і науки України  
Державний торговельно-економічний університет  
Вінницький торговельно-економічний інститут ДТЕУ  
Університет Яна Кохановського (м. Кельце, Польща)  
Тбіліський державний університет імені  
Іване Джавахішвілі (м. Тбілісі, Грузія)  
Технічний університет (м. Кошице, Словаччина)  
Технологічний університет (м. Кельце, Польща)  
Університет суспільних наук (м. Лодзь, Польща)  
Folkuniversitetet (м. Уппсала, Швеція)  
Яський університет ім. А. Й. Кузи (м. Яси, Румунія)  
Регіональна туристична організація  
Свентокшиського Воеводства (м. Кельце, Польща)  
Технологічний парк (м. Кельце, Польща)



***СОЦІАЛЬНО-ПОЛІТИЧНІ,  
ЕКОНОМІЧНІ ТА ГУМАНІТАРНІ  
ВИМІРИ ЄВРОПЕЙСЬКОЇ ІНТЕГРАЦІЇ  
УКРАЇНИ***

**ЗБІРНИК НАУКОВИХ ПРАЦЬ  
XII Міжнародної науково-практичної конференції**

**15-17 травня 2024 року**

**Частина II**

**Вінниця-Чернівці 2024**

**Соціально-політичні, економічні та гуманітарні виміри європейської інтеграції України: зб. наук. пр. XII Міжнар. наук.-практ. конф., м. Вінниця-Чернівці, 15-17 травня 2024 р. Вінниця, 2024. Ч. 2. 462 с.**

У збірнику наукових праць Міжнародної науково-практичної конференції розглядаються питання управління інноваційно-інвестиційним розвитком підприємства та регулювання соціальних проблем в сучасних умовах; сучасної парадигми менеджменту та публічно-владної діяльності; проблеми обліково-аналітичного, контрольного та інформаційного забезпечення управління підприємства; фінансовий механізм забезпечення соціально-економічного розвитку країни. Досліджуються інноваційні моделі та інформаційні технології в науці, освіті, економіці; теоретичні та практичні аспекти сучасного підприємництва та торгівлі; актуальні проблеми та перспективи розвитку маркетингових технологій в умовах євроінтеграції; теоретичний та прикладний аспекти проблем розвитку індустрії гостинності та харчової промисловості; історичні, філософські, соціально-психологічні та правові аспекти державотворчих процесів в умовах глобалізованого суспільства. Висвітлюються теоретичні та практичні аспекти розвитку студентського спорту в системі фізичного виховання ЗВО; інтерактивні технології та методи навчання як засіб формування іншомовної професійної компетенції.

Розраховано на науковців, спеціалістів, викладачів, аспірантів, здобувачів вищої освіти.

**Редакційна колегія:**

Голова редакційної колегії – **Замкова Н. Л.**, д-р філос. наук, професор

Відповідальний секретар – **Мартинова Л. Б.**, д-р екон. наук, професор

**Члени редакційної колегії:**

**Громова О. Є.**, д-р екон. наук, доцент, **Даценко Г. В.**, д-р екон. наук, професор,

**Іваницька Н. Б.**, д-р філол. наук, професор, **Прутська О. О.**, д-р екон. наук, доцент,

**Хачатрян В. В.**, д-р екон. наук, доцент, **Чорна Н. М.**, д-р іст. наук, професор,

**Бондар А. А.**, канд. наук з фіз. виховання і спорту, доцент, **Крупельницька І. Г.**,

канд. екон. наук, доцент, **Махначова Н. М.**, канд. екон. наук, доцент, **Тернова А. С.**,

канд. техн. наук, доцент, **Хом'яченко С. І.**, канд. юрид. наук, доцент, **Яремко С. А.**,

канд. техн. наук, доцент

Наукові роботи друкуються в авторській редакції.

**ISBN 978-966-918-070-4**

---

**Громова О.Є., д-р екон. наук, доцент**  
Вінницький торговельно-економічний інститут ДТЕУ  
**РОЛЬ ТА МІСЦЕ ОСОБИСТОГО БРЕНДУ В СУЧАСНОМУ СВІТІ..... 76**

**Довгань Ю.В., канд. екон. наук, доцент**  
Вінницький торговельно-економічний інститут ДТЕУ  
**ОСВІТНІ ПОСЛУГИ ЯК ОБ'ЄКТ МАРКЕТИНГУ..... 83**

**Поліщук І.І., д-р екон. наук, професор**  
Вінницький торговельно-економічний інститут ДТЕУ  
**СУЧАСНІ ПІДХОДИ ТА МЕТОДИ ДОСЛІДЖЕННЯ ПРОГРАМ  
ЛОЯЛЬНОСТІ..... 91**

**Середницька Л.П.**  
Вінницький торговельно-економічний інститут ДТЕУ  
**ВИКОРИСТАННЯ ІННОВАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ СУБ'ЄКТАМИ  
ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ..... 98**

**Танасійчук А.М., д-р екон. наук, професор**  
Вінницький торговельно-економічний інститут ДТЕУ  
**Україна У КОНТЕКСТІ ВИРОБНИЦТВА ВОЛОСЬКОГО ГОРІХА В  
ПЕРІОД ВІЙНИ..... 109**

**Якушевська О.В., канд. екон. наук**  
Вінницький торговельно-економічний інститут ДТЕУ  
**З ЧОГО ПОЧИНАЄТЬСЯ ТЕРИТОРІАЛЬНИЙ МАРКЕТИНГ КРАЇНИ?..... 118**

---

---

## **ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ ІНДУСТРІЇ ГОСТИННОСТІ ТА ХАРЧОВОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ: ТЕОРЕТИЧНИЙ І ПРИКЛАДНИЙ АСПЕКТИ**

---

**Антонюк К.Г., д-р філософії з економіки**  
Вінницький торговельно-економічний інститут ДТЕУ  
**РОЗВИТОК ЕКОЛОГІЧНОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ В УМОВАХ  
СЬОГОДЕННЯ..... 129**

**Вівсюк І.О., д-р філософії з економіки**  
Вінницький торговельно-економічний інститут ДТЕУ  
**ДИНАМІКА ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ ГОТЕЛЬНОГО  
ГОСПОДАРСТВА..... 135**

**Іваніщева О.А.**  
Вінницький торговельно-економічний інститут ДТЕУ  
**РЕГІОНАЛЬНА КУХНЯ ВІННИЧЧНИНИ: АВТЕНТИЧНІ СТРАВИ ТА  
КУЛІНАРНІ ТРАДИЦІЇ..... 144**

**Кізюн А.Г., канд. географ. наук, доцент**  
Вінницький торговельно-економічний інститут ДТЕУ  
**ТУРИСТИЧНА ДЕСТИНАЦІЯ ЯК ОСНОВА РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ..... 155**

---

5. Петренко М. В. Перспективи розвитку гастрономічного туризму у Вінницькій області. *Модернізація економіки в умовах зростання суспільної свідомості: туризм, людиномірність, партнерство, кооперація*: матеріали II Всеукраїнської науково-практичної інтернет-конференції (м. Полтава 14 грудня 2017 р.). Полтава : ПУЕТ, 2017. С. 593-596.

6. Пустіва В. Таємниці подільської кухні: варимо борщ із вишнями і яблучний суп. 24 жовтня 2021. URL: <https://vn.depo.ua/ukr/vn/taemnitsi-podilsko-202110241382572> (дата звернення: 10.05.2024)

7. Рябенюк М., Іваніщева О. Conceptual principles of ethnic restaurants. *SWorldJournal*, 2 (19-02), 2023, p. 38-42.

8. Хмельницька Л. Еволюція традиційної системи харчування українців. *Наукові записки з української історії*: збірник наукових статей. Переяслав-Хмельницький, 2019. Вип.46. С. 49-56

**УДК 338.48**

**Кізюн А.Г., канд. географ. наук, доцент**

ORCID <https://orcid.org/0000-0003-2838-9428>

Вінницький торговельно-економічний інститут ДТЕУ

## **ТУРИСТИЧНА ДЕСТИНАЦІЯ ЯК ОСНОВА РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ**

*В даній статті розглядаються ключові аспекти туристичної дестинації як основи розвитку туризму. Висвітлено поняття дестинації та її основні характеристики, виділено ключові елементи, які необхідні для розвитку успішної туристичної дестинації. Розглянуто потенційні негативні наслідки туризму та шляхи їх мінімізації, розкрито принципи сталого розвитку туризму, які слід враховувати при розвитку туристичної дестинації.*

**Ключові слова:** туристична дестинація, розвиток туризму, ресурси, інфраструктура, маркетинг, управління, сталий розвиток.

**Постановка проблеми.** Туризм – це динамічно зростаюча галузь світової економіки, що робить значний вплив на життя людей та розвиток багатьох країн. В основі успішного туризму лежить чітко визначена та приваблива для відвідувачів туристична дестинація. У сучасному світі туризм генерує значні обсяги інвестицій та робочі місця. У цьому контексті важливе значення має розвиток конкурентоспроможних туристичних дестинацій, які здатні залучати туристів з усього світу.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Існує велика кількість наукових робіт українських науковців, присвячених питанням розвитку туристичних дестинацій. Щука Г.П., Ткаченко Т. розглядали у своїх працях етимологію поняття туристична дестинація; Корж Н.В., Басюк Д.І., Мізюк Б.М., Семенов В.Ф., Герасименко В.Г., Горбань Г.П., Богадьорова Л.М., Кучерява Г.О. досліджували питання управління розвитком туристичної дестинації; Юрчишина Л.І. у своїх працях розглядала дестинацію як ключовий елемент регіональної туристичної системи; життєвий цикл та кластерну модель дестинації розкрив Миронов Ю.Б.

**Метою даної статті** є дослідження ролі туристичної дестинації як основи розвитку туризму.

**Виклад основного матеріалу.** Туристична індустрія – динамічно активна галузь у сучасному світі. Стрімке зростання чисельності населення, особливо жителів міст, упродовж останніх десятиліть змусило значну частину людства шукати місця для відпочинку та втечі від забрудненого середовища міст. Статистика туристів за останні роки яскраво про це свідчить. Вся індустрія туризму так чи інакше пов'язана з поняттям «туристична дестинація». Дестинація зводить воедино всі аспекти формування туристичної привабливості територіальних громад. Ресурси дестинації, її позитивний імідж є основною мотивацією для подорожі, причиною подорожі [3].

Туристична дестинація – це географічний простір, який володіє унікальними природними, культурними або історичними ресурсами та пропонує туристам комплекс продуктів і послуг, що задовольняють їхні потреби та інтереси.

Для глибшого з'ясування сутності поняття доречним є аналіз його етимології, тобто походження та семантичних смислів. Слово «дестинація» у перекладі з англійської мови (destination) означає «місце призначення, місцезнаходження», а термін «туристична дестинація» як конкретна територія, яку турист обирає для відвідання та проводить там певний час і де відбуваються процеси взаємодії туриста та туристичної інфраструктури, був вперше запропонований професором Нілом Лейпером (Neil Leiper) ще у 1979 році [2].

Туристичні дестинації є ключовим елементом туризму як системи, куди туристи здійснюють свої поїздки і де проводять певний час. Проте єдиного визначення даного терміну немає, тому досить часто відбувається взаємозаміна понять «туристичний регіон» та «туристична дестинація».

Отже, туристична дестинація, на відміну від туристичного регіону сама є туристичним продуктом, розрахованим на певну цільову аудиторію та представлена на ринку туристичних послуг під загальним брендом. Туристичний регіон, щоб перетворитися на туристичну дестинацію, повинен перетворитися на туристичний продукт, зробивши наявні туристичні ресурси атрактивними, середовище сприятливим, таким, що формує позитивні враження, і звичайно, активно просуваючи свій бренд на туристичному ринку [4].

Більшість науковців схильні стверджувати, що дестинацією може бути як локальне місце (або навіть туристичний об'єкт), регіон, так і ціла країна. Це широке визначення, яке може охоплювати територіальну одиницю будь-якого масштабу. Якщо місце претендує на статус «туристична дестинація», то воно повинно мати сервісні можливості для задоволення потреб туристів.

Система компонент туристичної дестинації наступна:

1. Атракції – туристичні ресурси (природні, історико-культурні, архітектурні та інші, що приваблюють туристів, мотивують їх до подорожі).

2. Зручності – підприємства, що надають послуги розміщення, харчування, організовують дозвілля, роздрібна торгівля, а також інші підприємства сфери послуг, діяльність яких спрямована на забезпечення відчуття «затишного простору» в дестинації.

3. Доступність – якісні зовнішні транспортні комунікації та розвинені внутрішні мережі сполучення; наявність підприємств, що надають додаткові послуги, такі як прокат автомобілів, оренда місцевого транспорту для проведення оглядових екскурсій та організації трансферів до місць розміщення.

4. Посередники та допоміжні служби – маркетингові компанії, рекламні агентства, банки, бюро подорожей та екскурсій тощо.

5. Організація діяльності туристів згідно з метою їх подорожі.

6. Наявність готового туристичного продукту відповідно до попиту туристів [1].

7. Управління – розвиток дестинації потребує чіткої стратегії та ефективного управління, що об'єднує зусилля державних органів, бізнесу та місцевих громад.

Важливо зазначити, що туристична дестинація може мати значний вплив на економіку, соціум та культуру регіону:

– Економічний вплив: Туризм стимулює розвиток різних галузей економіки, таких як транспорт, готельний бізнес, громадське харчування, торгівля, ремесла тощо. Це призводить до створення нових робочих місць та зростання доходів населення.

– Соціальний вплив: Туризм може сприяти покращенню інфраструктури регіону, розвитку соціальної сфери, а також підвищенню рівня життя населення.

– Культурний вплив: Туризм може стимулювати збереження культурної спадщини, ремесел, місцевих традицій, а також сприяти культурному обміну.

Саме туристичну дестинацію можна вважати однією з головних причин для подорожі, саме в ній реалізується філософська сутність туризму як методу пізнання культурних та природних багатств, створених природою і людством, які є об'єктом туристичного інтересу. Туристичні дестинації є також зручним центром для дослідження туристичних потоків, адже зводять воєдино всі аспекти туризму – попит, пропозицію, маркетинг, пересування туристів та ін. [2].

Отже, туристична дестинація має певні межі в географічному просторі, а її привабливість визначається сприйняттям конкретної групи туристів та можливістю задовольнити їх потреби. Важливою складовою туристичної дестинації є її ресурси та імідж, що формують мотиви до подорожей та являються власне причиною подорожі [1].

Ефективне управління туристичною дестинацією базується на наступних принципах:

- Сталий розвиток: Туризм повинен розвиватися таким чином, щоб не завдавати шкоди довкіллю та культурній спадщині.

- Співпраця: Усі зацікавлені сторони, включаючи уряд, бізнес та місцеве населення, повинні співпрацювати для розвитку туризму.

- Інновації: Туристична дестинація повинна постійно розвиватися та пропонувати туристам нові продукти та послуги.

Важливу роль у розвитку туристичної дестинації відіграє маркетинг. Маркетингові стратегії повинні бути спрямовані на: інформування потенційних туристів про переваги туристичної дестинації; формування позитивного іміджу туристичної дестинації; стимулювання попиту на туристичні послуги.

Дуже важливо також враховувати й потенційні негативні наслідки туризму, такі як:

- Навантаження на довкілля: Туризм може призводити до забруднення довкілля, виснаження природних ресурсів, а також руйнування природних ландшафтів.

- Соціальні проблеми: Неконтрольований розвиток туризму може призводити до зростання цін, комерціалізації культури, а також до порушення прав місцевого населення.

- Культурна деградація: Масовий туризм може призводити до втрати автентичності культури, а також до поширення стереотипів.

Тому, стійкий розвиток туризму потребує відповідального підходу, що поєднує економічні інтереси з екологічною та соціальною відповідальністю.



**Висновки і перспективи подальших досліджень.** Туристична дестинація є основою розвитку туризму. Її успіх залежить від наявності унікальних ресурсів, розвиненої інфраструктури, транспортної доступності, ефективного маркетингу та грамотного управління.

Важливо пам'ятати, що туризм – це не лише джерело доходу, але й інструмент збереження культурної спадщини, стимулювання економічного розвитку та покращення якості життя людей. Тому, розвиток туристичної дестинації має ґрунтуватися на принципах сталого розвитку, що забезпечить збалансоване зростання туризму з мінімальним негативним впливом на довкілля та місцеві громади. Ефективне управління туристичною дестинацією, що базується на принципах сталого розвитку, співпраці та інновацій, дозволяє максимізувати позитивний вплив туризму на економіку, культуру та довкілля регіону.

У майбутньому актуальними залишаються дослідження таких питань, як: вплив нових технологій на розвиток туризму; розвиток нових видів туризму; адаптація туристичних дестинацій до зміни клімату.

#### **Список використаних джерел:**

1. Кучерява Г. О. Туристична дестинація як об'єкт управління в туризмі. *Вісник Київського національного лінгвістичного університету. Серія Історія, економіка, філософія*. Київ, 2023. Вип. 28. С. 93-102. URL: <http://visnyk-history.knlu.edu.ua/article/view/280703> (дата звернення: 10.05.2024).

2. Миронов Ю. Б. Дестинація як ключовий елемент регіональної туристичної системи. *Економіка та управління: сучасний стан і перспективи розвитку*: матеріали III Міжн. наук.-практ. конф. (м. Одеса, 23-24 лист. 2017 р.) Одеса: ОДАБА, 2017. Ч.1. С. 65-68.

3. Мізюк Б. М. Управління розвитком туристичної дестинації: стратегічний підхід. *Сучасні напрями розвитку економіки, підприємництва, технологій та їх правового забезпечення*: матеріали Міжнар. наук.-практ. конф. (м. Львів, 1-2 черв. 2022 р.). Львів: Видавництво ЛТЕУ, 2022. С. 257-258.

4. Щука Г. П., Головня С. І. Туристичний регіон чи туристична дестинація: співставлення понять. *Туристичний та готельно-ресторанний бізнес: сучасний стан, проблеми та перспективи розвитку*: матеріали I Міжнар. наук.-практ. конф. (м. Старобільськ, 16-17 листопада 2021 р.) Старобільськ: Луганський національний університет імені Тараса Шевченка, 2021. 380 с. С.103-105.

УДК 637.146.21:582.949.27

Крижак Л.М., канд. техн. наук

ORCID <https://orcid.org/0000-0002-4882-897X>

Вінницький торговельно-економічний інститут ДТЕУ

## ВЛАСТИВОСТІ СТРУКТУРОУТВОРЕННЯ РІДКИХ КИСЛОМОЛОЧНИХ НАПОЇВ

*В статті розглянуто обґрунтування одного із важливих реологічних показників, що допомагає оцінити консистенцію кисломолочних напоїв – коефіцієнт відновлення структури. Особлива увага приділяється конденсаційним властивостям структури йогурту за рахунок збільшення масової частки СЗМЗ (сухий знежирений молочний залишок) та дози сиропу в залежності від масової частки жиру.*

**Ключові слова:** *консистенція, механічне руйнування, коефіцієнт відновлення, ступінь синерезису, йогурт, сироп, СЗМЗ.*

**Постановка проблеми.** Консистенція – це один із основних показників якості продукту. Цей показник використовують для характеристики властивостей продукту, сприймаючи очима і органами дотику. За зовнішніми ознаками майже всі кисломолочні напої – однорідні з рівною поверхнею маси. Характерною однорідною порушеною консистенцією при резервуарному способі і при термостатному – з непорушеним згустком.

Консистенція залежить від зміни хімічного складу продукту,