

ХМЕЛЬНИЦЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ УПРАВЛІННЯ ТА ПРАВА ІМЕНІ ЛЕОНІДА ЮЗЬКОВА  
КОМПАНІЯ «TRAVEL STUDY WORK»  
AGORA ITALIAN ACADEMY (ОСВІТНЯ ОРГАНІЗАЦІЯ «ІТАЛІЙСЬКА АКАДЕМІЯ АГОРА»)  
AKADÉMIA ODBORNÉHO VZDELÁVANIA MERKUR  
(ОСВІТНЯ ОРГАНІЗАЦІЯ «АКАДЕМІЯ ПРОФЕСІЙНОЇ ОСВІТИ МЕРКУР»)  
НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ЦИВІЛЬНОГО ЗАХИСТУ УКРАЇНИ  
КАМ'ЯНЕЦЬ-ПОДІЛЬСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ ІВАНА ОГІЄНКА  
ЧЕРНІВЕЦЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ ЮРІЯ ФЕДЬКОВИЧА  
ЛЬВІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ ІВАНА ФРАНКА  
НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ПОЛТАВСЬКА ПОЛІТЕХНІКА ІМЕНІ ЮРІЯ КОНДРАТЮКА»  
ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЖИТОМИРСЬКА ПОЛІТЕХНІКА»  
ДЕРЖАВНИЙ ІСТОРИКО-КУЛЬТУРНИЙ ЗАПОВІДНИК «МЕЖИБІЖ»  
КЗК «ХМЕЛЬНИЦЬКИЙ ОБЛАСНИЙ КРАСЗНАВЧИЙ МУЗЕЙ»  
ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННИЙ КОМПЛЕКС «ПІВДЕННА БРАМА»  
ТУРИСТИЧНА АГЕНЦІЯ «ДІМ ПОДОРОЖЕЙ»

# **ЗБІРНИК ТЕЗ**

## **II МІЖНАРОДНОЇ НАУКОВО-ПРАКТИЧНОЇ КОНФЕРЕНЦІЇ «ТУРИСТИЧНО-РЕКРЕАЦІЙНА СФЕРА: ВИКЛИКИ СУЧАСНОСТІ»**



**22 квітня 2025 року  
м. Хмельницький**

**УДК 338.48**

**З 41**

**Збірник тез II Міжнародної науково-практичної конференції «Туристично-рекреаційна сфера: виклики сучасності»** (м. Хмельницький, 22 квітня 2025 року).  
Хмельницький : Хмельницький університет управління та права імені Леоніда Юзькова, 2025.157 с.

**З 41**

**ISBN 978-617-7572-92-2**

У збірнику представлені доповіді, які були подані на II Міжнародну науково-практичну конференцію «Туристично-рекреаційна сфера: виклики сучасності», що відбулась у Хмельницькому університеті управління та права імені Леоніда Юзькова 22 квітня 2025 року.

Розміщені у збірнику тези доповідей стосуються таких напрямів: публічне управління та правове регулювання у сфері туризму й рекреації; міжнародне співробітництво у сфері туризму і рекреації; економіка, менеджмент та маркетинг туризму й рекреації; екологічні та безпекові аспекти розвитку туризму; цифровізація туристично-рекреаційної індустрії; соціально-культурні, психологічні та комунікаційні аспекти розвитку туризму і рекреації; організація готельно-ресторанної справи; екскурсійна діяльність і музезнавство; туристично-рекреаційні скарби рідного краю; освітньо-професійна підготовка фахівців для туристично-рекреаційної сфери.

Збірник розрахований на наукових та науково-педагогічних працівників закладів вищої освіти і наукових установ, здобувачів вищої освіти, практичних працівників і широкий читацький загал.

Організаційний комітет II Міжнародної науково-практичної конференції «Туристично-рекреаційна сфера: виклики сучасності» не завжди поділяє думку учасників конференції.

Повну відповідальність за достовірність та якість поданого матеріалу несуть учасники конференції, їхні наукові керівники.

**УДК 338.48**

**ISBN 978-617-7572-92-2**

© Колектив авторів, 2025

© Хмельницький університет управління та права імені Леоніда Юзькова, 2025

3. Мобільна оптимізація – оптимізація веб-сайту для мобільних пристроїв, щоб забезпечує зручність роботи користувачів.

Отже, цифровий маркетинг в готельному бізнесі є ефективним засобом формування споживчої лояльності. Використання різноманітних цифрових інструментів відкриває перед готелями нові можливості для персоналізації сервісних процесів, сприяє збільшенню ступеня задоволеності гостей та дозволяє утримувати конкурентні позиції на ринку. Особливістю цифрового маркетингу є те, що він ґрунтується на технологіях, які постійно змінюються та вдосконалюються. Вибір і впровадження конкретних цифрових інструментів маркетингу має ґрунтуватися на регулярних дослідженнях споживачів, ринку і самого готельного підприємства.

#### **Список використаних джерел:**

1. Parvez S., Moyeenudin H., Arun S., Anandan R., & Janahan S. Digital marketing in hotel industry. *International journal of engineering and technology*. 2018. № 7. pp. 288–290. DOI : <https://doi.org/10.14419/IJET.V7I2.21.12383>
2. Dieguez T., Ly N., Ferreira L., Silva F. Digital Customer Network Strategy Influences on Hotel Business. *Innovations in Industrial Engineering*. 2021. pp. 420–431. DOI : [https://doi.org/10.1007/978-3-030-78170-5\\_36](https://doi.org/10.1007/978-3-030-78170-5_36)
3. Марусей Т. В. Пріоритети розвитку digital-маркетингу готельного бізнесу. *Економіка та суспільство*. 2021. Вип. 26. DOI : <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2021-26-76>
4. Шикіна О., Нечева Н., Тіщенко І. Застосування digital-маркетингу в готельному бізнесі. *Економіка та суспільство*. 2023. № 58. DOI : <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-58-29>.

#### ***Постова Валентина Вікторівна,***

*кандидатка економічних наук, доцентка, доцентка кафедри туризму та готельно-ресторанної справи Вінницького торговельно-економічного інституту Державного торговельно-економічного університету*

### **ВПЛИВ ЦИФРОВИХ ПЛАТФОРМ ЗАМОВЛЕННЯ ТА ДОСТАВКИ ЇЖИ НА ГАСТРОНОМІЧНИЙ ТУРИЗМ ТА РОЗВИТОК МІСЦЕВИХ РЕСТОРАНІВ**

Гастрономічний туризм є важливим сегментом туристичної індустрії, що сприяє економічному розвитку регіонів, збереженню культурної спадщини та підвищенню їхньої привабливості. Місцеві ресторани відіграють ключову роль у формуванні гастрономічного досвіду туристів, пропонуючи автентичні страви та знайомлячи з кулінарними традиціями регіону.

З розвитком цифрових технологій та зростанням популярності онлайн-сервісів, цифрові платформи замовлення та доставки їжі стали невідомою частиною ресторанного бізнесу. Ці платформи надають зручний спосіб для споживачів замовляти їжу онлайн та отримувати її з доставкою, що особливо актуально в умовах сучасного ритму життя та обмежень, пов'язаних з пандемією COVID-19. Водночас, вплив цих платформ на гастрономічний туризм та розвиток місцевих ресторанів є багатограним і потребує детального вивчення. З одного боку, вони можуть розширити аудиторію місцевих закладів, зробити їхню кухню доступнішою для туристів, які можуть не мати можливості відвідати ресторан особисто, та сприяти їхній промоції. З іншого боку, зростання залежності від агрегаторів, високі комісійні витрати та ризик втрати прямого контакту з клієнтами можуть негативно позначитися на прибутковості та ідентичності місцевих ресторанів [1, с. 158].

Останні дослідження у сфері гастрономічного туризму та цифрових технологій підкреслюють зростаючу роль онлайн-платформ у споживанні туристичних послуг,

включаючи харчування. Ряд наукових робіт розглядають вплив платформ доставки на ресторанний бізнес в цілому, акцентуючи увагу на змінах у бізнес-моделях, операційній ефективності та відносинах з клієнтами. У контексті гастрономічного туризму, дослідження зосереджуються на тому, як цифрові платформи можуть бути використані для промоції місцевої кухні, залучення туристів до автентичних гастрономічних вражень та підтримки місцевих виробників. Однак, недостатньо уваги приділяється комплексному аналізу впливу саме платформ замовлення та доставки на розвиток місцевих ресторанів як ключових елементів гастрономічного туризму.

Метою даного дослідження є аналіз впливу цифрових платформ замовлення та доставки їжі на гастрономічний туризм та розвиток місцевих ресторанів. Для досягнення цієї мети поставлено завдання визначити основні переваги та недоліки використання цифрових платформ для місцевих ресторанів у контексті гастрономічного туризму, проаналізувати вплив цифрових платформ на доступність місцевої кухні для туристів та їхній гастрономічний досвід, оцінити роль цифрових платформ у промоції місцевих ресторанів та регіональних кулінарних традицій серед туристів, дослідити вплив пандемії COVID-19 на інтеграцію цифрових платформ у діяльність місцевих ресторанів, орієнтованих на гастрономічний туризм, та сформулювати рекомендації для місцевих ресторанів та органів управління туризмом щодо ефективного використання цифрових платформ для розвитку гастрономічного туризму та підтримки місцевого бізнесу [2, с. 120].

Результати дослідження демонструють багатогранний вплив цифрових платформ. З одного боку, вони забезпечують розширення ринку для місцевих ресторанів, роблячи їхні пропозиції доступними для ширшої аудиторії туристів, які можуть знаходитися на відстані або мати обмежений час. Зручність онлайн-замовлення та доставки дозволяє туристам ознайомитися з місцевою кухнею без необхідності фізичного відвідування закладу, що особливо цінно в умовах обмежень або при насиченій програмі подорожі. Платформи також надають інструменти для промоції ресторанів, демонструючи фотографії страв, описи та відгуки інших користувачів, що може впливати на вибір туристів. Водночас, використання цифрових платформ пов'язане з певними викликами. Високі комісійні збори, які стягують агрегатори, можуть суттєво зменшувати прибутковість місцевих ресторанів, особливо невеликих. Зростання залежності від цих платформ може призвести до втрати прямого контакту з клієнтами та обмеження можливостей для формування власного бренду та лояльної аудиторії. Існує також ризик нівелювання унікальності місцевих закладів, оскільки вони змушені конкурувати в одному цифровому просторі з великою кількістю інших пропозицій. Пандемія COVID-19 значно прискорила інтеграцію цифрових платформ у діяльність ресторанів, орієнтованих на гастрономічний туризм [3, с. 358].

В умовах обмежень на відвідування закладів ресторанного господарства, онлайн-замовлення та доставка стали ключовим способом підтримки бізнесу та забезпечення доступу туристів до місцевої кухні. Це призвело до появи нових бізнес-моделей та адаптаційних стратегій, таких як віртуальні кулінарні майстер-класи, набори для самостійного приготування страв та інші онлайн-пропозиції.

На основі проведеного дослідження можна сформулювати низку рекомендацій. Місцевим ресторанам слід розробляти власну стратегію присутності на цифрових платформах, враховуючи їхні переваги та недоліки, активно використовувати інструменти платформ для промоції унікальних страв та місцевих продуктів, зберігаючи при цьому власну ідентичність та бренд. Інвестування у власні канали онлайн-замовлень може допомогти зменшити залежність від комісійних. Органи управління туризмом повинні співпрацювати з цифровими платформами для промоції гастрономічних турів та місцевих ресторанів, розробляти інформаційні ресурси для туристів з переліком закладів, що пропонують онлайн-замовлення та доставку, підтримувати місцеві ресторани у впровадженні цифрових технологій та стимулювати розвиток локальних цифрових платформ, що враховують специфіку гастрономічного туризму регіону.

В результаті дослідження зроблено висновок, що цифрові платформи замовлення та доставки їжі мають значний вплив на гастрономічний туризм та розвиток місцевих ресторанів, відкриваючи нові можливості, але й створюючи певні виклики. Ефективне використання цих інструментів вимагає зваженого підходу з боку як місцевих ресторанів, так і органів управління туризмом, з метою максимізації переваг та мінімізації негативних наслідків для розвитку гастрономічного туризму та підтримки місцевого бізнесу.

#### **Список використаних джерел:**

1. Постова В. В. Шляхи розвитку гастрономічного туризму під час пандемії COVID-19. *Регіональний туризм: сучасний стан та шляхи оптимізації*: матеріали міжнародної науково-практичної конференції (2 квітня 2021р., м. Київ). Київ. 2021. С. 158-159.

2. Сущенко О. А., Дехтяр Н. А., Клок О. П. Розвиток туризму в умовах цифровізації економіки: монографія. Харківський національний економічний університет ім. С. Кузнеця. Харків: ХНЕУ ім. С. Кузнеця, 2023. 200 с.

3. Postova V., Mazurkevych I., Riabenska M., Lukianets A., Krupitsa I. Development of Information Systems and Technologies in the Field of Hotels and Tourism. *Economic Affairs*, Vol. 69, February 2024. (Special Issue). pp. 355–361.

#### ***Тростенюк Тетяна Михайлівна,***

*докторка філософії, доцентка, доцентка кафедри національної безпеки, публічного управління та адміністрування Державного університету «Житомирська політехніка»,*

#### ***Андронік Аліна Сергіївна,***

*здобувачка вищої освіти Державного університету «Житомирська політехніка»*

### **ТУРИСТИЧНО-РЕКРЕАЦІЙНА СФЕРА: ВИКЛИКИ СУЧАСНОСТІ**

Туристично-рекреаційна сфера відіграє важливу роль у сучасному суспільстві. Для багатьох країн туризм – це не просто галузь, а джерело прибутку, створення робочих місць і подальший розвиток. Туристично-рекреаційна сфера надає людям такі можливості, як культурний обмін, місце відпочинку, економічний розвиток. Проте у сучасному світі дана галузь стикається з багатьма викликами, котрі вимагають переосмислення її функціонування. Кожен з нас прагне побачити щось нове і загалом відпочити. Дана сфера є двигуном економіки, особливо в регіонах де туризм – це головне джерело прибутку. Саме тому дана туристично-рекреаційна сфера є такою важливою. Слід відмітити, що в умовах війни, економічної нестабільності та екологічної кризи туристично-рекреаційна галузь має адаптуватися до нових реалій, використовуючи інноваційні та безпечні підходи.

Одним з найважливіших та ключових напрямків – є внутрішній туризм. Його відновлення зараз стає на піку популярності, адже подорож рідною країною, в нашому випадку Україною – це можливість вивчити історію і загалом дозволити собі не виїзжати за кордон та провести час з родиною. Наприклад, зараз популярно їздити в Карпати та Львів, щоб побачити архітектуру і гори, загалом на певний час вийти з рутини. Вважаємо, що розвиток внутрішнього туризму – це вихід з кризи у сучасних умовах, адже він дозволяє активізувати економіку регіонів та підтримати і дозволити розцвісти місцевому бізнесу. Також, необхідно не забувати про швидкий розвиток цифрових технологій і загалом модернізацію туристичних послуг. Онлайн-бронювання, мобільні застосунки, віртуальні тури, QR-коди та чат-боти – стали новими інструментами у цій галузі, тим самим полегшивши роботу туристичних компаній, своїм комфортним доступом до інформації і пришвидшеною обробкою даних. На базі сказаного вище, можна стверджувати що цифровізація у нашому столітті – це необхідний інструмент та умова для конкурентоспроможності у наш час.

Ще один важливий аспект – екологічна свідомість. Сучасний туризм повинен бути не лише приємним для людини, а й безпечним для довкілля. Надмірний потік туристів, неконтрольована забудова, забруднення територій можуть знищити природні об'єкти та спадщину, яка приваблює

Zamashnyuk Y. Sustainable tourism development: balancing economic benefits and environmental risks.....	97
---	----

## **Секція 5**

### **Цифровізація туристично-рекреаційної індустрії**

Курига І. М. Цифрові хаби як інноваційні осередки розвитку цифрових компетентностей населення.....	99
Марусей Т. В. Цифровізація туризму: напрямки розвитку та проблеми.....	101
Паньків М. М. Перспективи використання інструментів цифрового маркетингу в готельному бізнесі.....	103
Постова В. В. Вплив цифрових платформ замовлення та доставки їжі на гастрономічний туризм та розвиток місцевих ресторанів.....	105
Тростенюк Т. М., Андронік А. С. Туристично-рекреаційна сфера: виклики сучасності.....	107
Тюріна Д. М, Діщук М. В. Роль цифрових технологій у розвитку велосипедного туризму: сучасні тренди та перспективи.....	108
Slapouzova Y. Smart tourism as a key driver of the development of the tourism industry in Ukraine: digital prospects and innovations.....	110
Tsyurukalo O. The impact of digitalization on the tourism and hospitality sector.....	113

## **Секція 6**

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

Антонюк К. Г., Загалило Є. Ю. Перспективи розвитку винного та гастрономічного туризму в Україні.....	115
Бучко В. А. Сучасні підходи до залучення молоді до музейної діяльності.....	117
Варенюк А. В. Роль кінотеатрів у розвитку культурно-пізнавального туризму: український та міжнародний досвід.....	118
Гринюк С. О. Особливості екскурсійної діяльності.....	120
Дочинець І. В. Історико-культурні фактори розвитку туризму.....	121
Кобилянська А. П. Туристичний потенціал Поділля: історико-культурна цінність, сучасні виклики та стратегія розвитку.....	122
Козловська К. Ю. Володіння іноземними мовами як запорука успіху в туристично-рекреаційному бізнесі та організації якісного відпочинку.....	123

Наукове видання

## **ЗБІРНИК ТЕЗ**

### **II Міжнародна науково-практична конференція**

### **«Туристично-рекреаційна сфера: виклики сучасності»**

Відповідальні редактори – *Щепанський Е. В., Шевчук І. В.*  
Комп'ютерний набір – *Сем'янчук П. М.*

Підписано до друку 18.04.2025 р. Формат 60×84 1/16.

Ум. друк. арк. 31,9. Наклад 50 прим. Зам. № 79.

Видано у Хмельницькому університеті управління та права  
імені Леоніда Юзькова.

29013, м. Хмельницький, вул. Героїв Майдану, буд. 8. Тел.: (382) 71-75-91,  
(382) 71-80-80

Ел. адреса: [наука@univer.km.ua](mailto:наука@univer.km.ua)

Свідоцтво Державного комітету інформаційної політики, телебачення та  
радіомовлення України про внесення суб'єкта видавничої справи до  
Державного реєстру видавців, виготівників і розповсюджувачів видавничої  
продукції

Серія ДК № 6982 від 19.11.19 р.