

Міністерство освіти і науки України
Львівський національний університет імені Івана Франка

ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННИЙ БІЗНЕС ТА ХАРЧОВІ ТЕХНОЛОГІЇ: СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ, ВИКЛИКИ, ІННОВАЦІЇ

*ЗБІРНИК МАТЕРІАЛІВ
II-ї Всеукраїнської студентської
науково-практичної конференції*



Львів 2025

УДК [338.448.2:005.591.6](06)

Готельно-ресторанний бізнес та харчові технології: сучасні тенденції, виклики, інновації: Збірник матеріалів II-ої Всеукраїнської студентської науково-практичної інтернет-конференції (м. Львів, 15 травня 2025 року). – Львів : ЛНУ ім. Івана Франка, 2025. – 290 с.

Всеукраїнська студентська науково-практична інтернет-конференція організована з метою популяризації наукових розробок, координації наукової співпраці між освітньо-науковими інституціями, розвитку наукової діяльності студентів, сприяння формуванню молодих науковців, обміну досвідом, покращення навчального процесу у закладах освіти.

Конференція об'єднала наукову спільноту, студентів провідних вищих навчальних закладів України з питань розвитку готельно-ресторанного бізнесу та харчових технологій в Україні та світі.

Для наукових працівників, викладачів, аспірантів, магістрів та бакалаврів вищих навчальних закладів спеціальностей "Готельно-ресторанна справа та кейтеринг" і "Харчові технології".

Редакційна колегія: проректор з науково-педагогічної роботи та соціальних питань і розвитку, д-р іст. наук, проф. В.М. Качмар (голова, ЛНУ ім. І. Франка); декан геогр. ф-ту, к. геогр. наук, доц. В. І. Біланюк (співголова, ЛНУ ім. І. Франка), завідувач кафедри готельно-ресторанної справи та харчових технологій, к. геогр. наук, доц. І. Г. Пандяк (відповідальний редактор, ЛНУ ім. І. Франка), д-р. тех. наук, проф. Г. О. Сімахіна (НУХТ), д-р. с-г. наук, проф. М. Я. Бомба (ЛНУ ім. І. Франка), д-р. тех. наук, проф. І. М. Ощипок (ЛНУ ім. І. Франка), к. тех. наук, доц. О. Б. Маслійчук (секретар, ЛНУ ім. І. Франка), д-р. ф., асист. І. М. Чайка (відп. секретар, ЛНУ ім. І. Франка), к. екон. наук, доц. Г. В. Кушнірук (ЛНУ ім. І. Франка), к. тех. наук, доц. С. В. Майкова (ЛНУ ім. І. Франка), к. хім. наук, доц. Л. О. Федина (ЛНУ ім. І. Франка).

Відповідальна за випуск – д-р. філософії, асистент Чайка І. М.

Друкується згідно рішення Вченої ради географічного факультету Львівського національного університету імені Івана Франка. Протокол № 4 від 21 травня 2025 року.

Автори опублікованих матеріалів відповідають за зміст і мовно-стилістичне подання інформації. Текст подано з незначною технічною корекцією зі збереженням авторського стилю.

Адреса редакційної колегії:
79008 Львів, вул. Лесі Українки, 39
Львівський національний університет
імені Івана Франка, географічний факультет
© ЛНУ ім. І. Франка, 2025
© Автори статей, 2025

Шановні колеги, дорогі учасники конференції!

Цьогорічна II Всеукраїнська студентська науково-практична інтернет-конференція об'єднала студентів і науково-педагогічних працівників провідних вищих навчальних закладів України, що готують фахівців з двох взаємодоповнюючих спеціальностей – "Готельно-ресторанної справи та кейтерингу" і "Харчових технологій".

Проведенням конференції ми привертаємо увагу до важливості науково-пізнавальної діяльності в процесі підготовки майбутніх науковців і практиків сфери гостинності і харчових технологій, популяризації наукових розробок, координації наукової співпраці між освітньо-науковими інституціями, обміну досвідом, покращення навчального процесу у закладах освіти. Ми також бажаємо задекларувати важливість внеску кожного на своєму робочому місці, місці навчання, у перемогу нашої держави у цій війні, бо саме наполегливою і відповідальною працею кожного з нас ми можемо допомогти країні.

Необхідно зазначити, теперішнє суспільство потребує рішучого підвищення результативності науково-дослідної роботи, що пов'язано з високою конкуренцією, викликами, особливо у соціальній сфері. Саме тому, молодому поколінню науковців необхідно долучатись до пошуку нових методів організації, використання нових технологій, маркетингу, HR-менеджменту, впровадження, загалом, інновацій. Досягти цього можна лише науково-дослідною роботою, яка повинна бути пов'язана з актуальними практичними проблемами.

У конференції беруть участь представники Львівського національного університету імені Івана Франка, Національного університету «Львівська політехніка», Національного університету харчових технологій, Одеського національного технологічного університету, Луцького національного технічного університету, Львівського національного університету ветеринарної медицини та біотехнологій імені С. З. Гжицького (Північний та Південний кампус), Львівського державного університету фізичної культури імені Івана Боберського, ДЗ «Луганський національний університет імені Тараса Шевченка» (м. Полтава), Кам'янець-Подільського національного університету імені Івана Огієнка, Державного торговельно-економічного університету (м. Київ), Київського кооперативного інституту бізнесу і права, Державного вищого навчального закладу «Ужгородський національний університет», Ужгородського торговельно-економічного інституту ДТЕУ, Хмельницького національного університету, Інституту ринку і економіко-екологічних досліджень НАН України (м. Одеса), Київського університету культури, Відокремленого структурного підрозділу «Вінницький торговельно-економічний фаховий коледж Державного торговельно-економічного університету, Відокремленого структурного підрозділу Львівський фаховий коледж харчової та переробної промисловості НУХТ, Відокремленого структурного підрозділу Львівський фаховий коледж харчових технологій та бізнесу НУХТ, Львівського науково-дослідного експертно-криміналістичного центру МВС України. Серед учасників здобувачі бакалаврського та магістерського рівня вищої освіти, викладачі-науковці з різних галузей наукового знання.

Сподіваюся, що сьогоднішня конференція сприятиме формуванню і вдосконаленню наукової думки, виробленню нових підходів у сфері гостинності та харчових технологій. Упевнений, що на конференції будуть представлені цікаві та оригінальні доповіді молодих науковців, яким завдяки наполегливій праці, знанням і прагненню до самовдосконалення вдасться приєднатися до спільноти видатних представників академічної науки.

Бажаю Вам приємного та результативного наукового спілкування на цьому заході, творчих успіхів, здоров'я, миру і добра!

Дякую редколегії, координаторам конференції, модератору доц. Ользі Маслійчук, відповідальному секретарю, асист. Ірині Чайці, старшому лаборанту кафедри Ганні Макогін, лаборанту кафедри Галині Островській за їхній внесок у підготовку цього видання.

*Завідувач кафедри
готельно-ресторанної справи та харчових технологій
Львівського національного університету імені Івана Франка
кандидат географічних наук, доцент*

Ігор Пандяк

ЗМІСТ

СЕКЦІЯ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ

1. ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННИЙ БІЗНЕС УКРАЇНИ ТА СВІТУ: ВИКЛИКИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ **10**

Ярослав Пенцак, Ольга Вівчарук
ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ РОБОТИ ЗАКЛАДІВ РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА **10**

Володимир Продан, Богдана Кошова
ВИКЛИКИ СЬОГОДЕННЯ У РЕСТОРАННОМУ БІЗНЕСІ **13**

Вероніка Єзерська, Ігор Ощипок
ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ ЛЬВІВЩИНИ **17**

Дмитро Мартинюк, Кушнірук Галина
ПЕРСПЕКТИВНІ НАПРЯМИ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ «PREMIER HOTEL DNISTER» **23**

Тарас Колодій, Кушнірук Галина
ВИКЛИКИ І ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ SPA-ГОТЕЛІВ У МОРШИНІ **26**

Вікторія Хомин, Оксана Паук
БЕЗБАР'ЄРНОСТЬ УКРАЇНСЬКИХ ГОТЕЛІВ: СУЧАСНІ РЕАЛІЇ **31**

Василь Сидорко, Людмила Доскіч
ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННИЙ БІЗНЕС В УКРАЇНІ: ВИКЛИКИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ В УМОВАХ ВІЙНИ ТА ВИМОГ СУСПІЛЬСТВА **36**

Владислава Болюта, Юлія Дорош
СУЧАСНІ ТРЕНДИ ФОРМУВАННЯ КАВОВОГО АСОРТИМЕНТУ У КАВ'ЯРНЯХ ЛЬВОВА **41**

Мікаель Арутюнян
ОЦІНКА ЕФЕКТИВНОСТІ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ У МЕРЕЖІ ГОТЕЛІВ «ДЖЕМ» **45**

2. МЕНЕДЖМЕНТ ТА МАРКЕТИНГ В ІНДУСТРІЇ ГОСТИННОСТІ **49**

Валерія Стецюк, Іван Годя
РОЛЬ ВІЗУАЛЬНОГО КОНТЕНТУ В ПРОСУВАННІ ГОТЕЛІВ ТА РЕСТОРАНІВ **49**

Марина-Богдана Касич, Іван Годя
МАРКЕТИНГ ВПЛИВУ В ГОТЕЛЬНОМУ БІЗНЕСІ: ЕФЕКТИВНІСТЬ ТА РИЗИКИ **52**

Вероніка Шляховенко, Іван Годя
СЕЗОННИЙ МАРКЕТИНГ У ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННІЙ СПРАВІ: ЯК ПРИВАБИТИ КЛІЄНТІВ У НИЗЬКИЙ СЕЗОН? **55**

<i>Михайло Мац, Іван Годя</i> ЕМОЦІЙНИЙ МАРКЕТИНГ У СФЕРІ ГОСТИННОСТІ	57
<i>Ярослав Коштура, Тетяна Гуштан</i> ЗАКАРПАТТЯ ЯК БЕЗПЕЧНИЙ ТУРИСТИЧНИЙ РЕГІОН: ПОЗИЦІОНУВАННЯ І БРЕНДИНГ У КРИЗОВИХ УМОВАХ	60
<i>Роман Коваль, Ірина Петлін</i> СУТНІСТЬ ТА ТИПОЛОГІЯ КОНФЛІКТІВ У ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННІЙ СФЕРІ	64
<i>Ян Гайдай, Ірина Петлін</i> ІННОВАЦІЙНІ ІНСТРУМЕНТИ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ ПІДПРИЄМСТВ СФЕРИ ГОСТИННОСТІ	68
3. ІННОВАЦІЇ У ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОМУ БІЗНЕСІ	72
<i>Артем Грибов, Ольга Вівчарук</i> МЕТОДИ І ФОРМИ ОБСЛУГОВУВАННЯ СПОЖИВАЧІВ В МІЖНАРОДНІЙ ПРАКТИЦІ РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ	72
<i>Світлана Омельчук, Ірина Кублінська</i> ВИКОРИСТАННЯ МЕТОДІВ МОЛЕКУЛЯРНОЇ ТЕХНОЛОГІЇ У ФУДСТАЙЛІНГУ	75
<i>Катерина Ковалівська, Сергій Хлопак</i> ПЕРСПЕКТИВИ ВИКОРИСТАННЯ ТЕХНОЛОГІЙ ВІРТУАЛЬНОЇ РЕАЛЬНОСТІ В КОНТЕКСТІ РОЗВИТКУ УКРАЇНСЬКОГО ТУРИЗМУ В УМОВАХ ВІЙНИ	79
<i>Аліна Карпюк, Оріся Іжєвська</i> ТЕПЛОВЕ УСТАТКУВАННЯ, ЯК ЗАПОРУКА ЯКОСТІ ГАРЯЧИХ СТРАВ	83
<i>Остап Іванишин, Галина Кушнірук</i> ТЕНДЕНЦІЇ ТА ІННОВАЦІЇ У СЕГМЕНТІ ДОСТАВКИ ЇЖІ В РЕСТОРАННОМУ БІЗНЕСІ	87
4. СУЧАСНІ КОНЦЕПЦІЇ У СФЕРІ ГОСТИННОСТІ	92
<i>Віталій Пивовар, Юстина Жиліщич</i> ТЕХНОЛОГІЇ ВЕЛНЕС-ГОСТИННОСТІ: ВИКОРИСТАННЯ ПРИРОДООРІЄНТОВАНИХ ПРАКТИК ДЛЯ КОМПЛЕКСНОГО ОЗДОРОВЛЕННЯ	92
<i>Ангеліна Чичерська, Ірина Саламаха</i> ЕКОЛОГІЗАЦІЯ ІНДУСТРІЇ ГОСТИННОСТІ В КАРПАТСЬКОМУ РЕГІОНІ: ВИКЛИКИ, ПРАКТИКИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ СТАЛОГО РОЗВИТКУ	95
<i>Юлія Юрчик, Ірина Чайка</i> ІНДИВІДУАЛЬНІ ЗАСОБИ РОЗМІЩЕННЯ ЛЬВІВСЬКОЇ ОБЛАСТІ ТА ЇХ ВПЛИВ НА РОЗВИТОК СІЛЬСЬКОЇ МІСЦЕВОСТІ	99
<i>Максим Неймет, Тетяна Гуштан</i> СУЧАСНА ВИМОГА ДО ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО СЕРВІСУ	103

<i>Софія Стецик, Ірина Петлін</i> ОСОБЛИВОСТІ ФУНКЦІОНУВАННЯ РЕСТОРАНІВ З КЕЙТЕРИНГОВИМ ОБСЛУГОВУВАННЯМ В СУЧАСНИХ УМОВАХ	106
---	------------

<i>Володимир Євсєєв, Людмила Доскіч</i> СУЧАСНІ ТРЕНДИ В РЕСТОРАННОМУ БІЗНЕСІ	110
--	------------

СЕКЦІЯ ХАРЧОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ

1. СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ ХАРЧОВОЇ ТА ХАРЧОПЕРЕРОБНОЇ ГАЛУЗІ В УКРАЇНІ ТА СВІТІ	114
--	------------

<i>Денис Єрмоленко, Уляна Драчук</i> ХАРАКТЕРИСТИКА АСОРТИМЕНТУ КОВБАСНИХ ОБОЛОНОК	114
---	------------

<i>Вікторія Товма, Мирослава Перепелиця</i> ЕТНІЧНА КУЛІНАРІЯ ЯК ІНСТРУМЕНТ ЗБЕРЕЖЕННЯ ГАСТРОНОМІЧНОЇ СПАДЩИНИ ТА НАЦІОНАЛЬНОЇ ІДЕНТИЧНОСТІ	117
---	------------

<i>Петро Добровольський, Ігор Пандяк</i> ВИНОРОБСТВО В УКРАЇНІ: ІСТОРІЯ ТА СУЧАСНИЙ СТАН ГАЛУЗІ	121
--	------------

<i>Дмитро Шпак, Вікторія Лазаревич, Галина Яцунова</i> ВПРОВАДЖЕННЯ НОВИХ ТРЕНДІВ ХАРЧУВАННЯ У РЕСТОРАННОМУ БІЗНЕСІ	125
--	------------

2. ІННОВАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ ХАРЧОВИХ ВИРОБНИЦТВ	128
--	------------

<i>Олеся Пригода, Марія Романович, Ольга Маслійчук</i> УДОСКОНАЛЕННЯ ТЕХНОЛОГІЇ ФУНКЦІОНАЛЬНИХ СОЛОДКИХ СТРАВ	128
--	------------

<i>Юрій Жук, Ігор Ощипок</i> РОЗРОБКА І АНАЛІЗ ТЕХНОЛОГІЧНОГО ПРОЦЕСУ ПРИГОТУВАННЯ ГАРЯЧОЇ СТРАВИ З М'ЯСА	132
---	------------

<i>Олександра Філянська, Марія Олефіренко</i> ІННОВАЦІЙНА РОЗРОБКА ЖИТНЬО-ПШЕНИЧНОГО ХЛІБА ІЗ ВІВСЯНИМ БОРОШНОМ	136
---	------------

<i>Кіра Андрющенко, Лариса Федина</i> ПІДВИЩЕННЯ ХАРЧОВОЇ ЦІННОСТІ ПІСОЧНОГО ПЕЧИВА ДЕГІДРОВАНИМ КОЗЯЧИМ СИРОМ	138
--	------------

<i>Олена Беднарчук, Ігор Пандяк</i> ІННОВАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ МОЛЕКУЛЯРНОЇ КУХНІ ДЛЯ ОТРИМАННЯ ПОРОШКІВ ІЗ РІДИН З ВИСОКИМ ВМІСТОМ ЖИРУ	140
--	------------

<i>Олеся Пригода, Ігор Пандяк</i> УДОСКОНАЛЕННЯ ТЕХНОЛОГІЇ ПРИГОТУВАННЯ ШОКОЛАДНИХ ТРЮФЕЛІВ ЧЕРЕЗ ІНКАПСУЛЯЦІЮ ГОРІХОВОГО МАСЛА	143
---	------------

<i>Михайло-Денис Фірсанов, Наталія Панас</i> ВАЛОРИЗАЦІЯ ХАРЧОВИХ ВІДХОДІВ: ІННОВАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ ПЕРЕРОБКИ ЯК ШЛЯХ ДО ОТРИМАННЯ ЦІННИХ ПРОДУКТІВ	146
<i>Марина Макарова, Марія Олефіренко</i> ІННОВАЦІЙНА РОЗРОБКА М'ЯСНИХ СТРАВ В РЕСТОРАННІЙ ІНДУСТРІЇ	150
<i>Любов Стецяк, Юрій Хлібишин, Ірина Почапська</i> ПІДГОТОВКА ВОДИ У ВИРОБНИЦТВІ ДИСТИЛЬОВАНИХ АЛКОГОЛЬНИХ НАПОЇВ	153
<i>Софія Цвітун, Алла Рогова</i> СУЧАСНІ НАПРЯМКИ ФОРМУВАННЯ АСОРТИМЕНТУ СОУСІВ У ЗАКЛАДАХ РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА	156
<i>Аріана Омелечко, Марія Олефіренко</i> АНАЛІЗ РИНКУ ЗРГ В МІСТІ НІЖИН	160
<i>Олександр Барило, Марія Олефіренко</i> ІННОВАЦІЙНА РОЗРОБКА ВДОСКОНАЛЕННЯ ТЕХНОЛОГІЇ ВИГОТОВЛЕННЯ КОТЛЕТ З ДОДАВАННЯМ ПРОРОЩЕНОЇ ПШЕНИЦІ	163
<i>Сергій Щьокін, Ігор Пандяк</i> МОЛЕКУЛЯРНА КУХНЯ: НАУКА, МИСТЕЦТВО, ДОСВІД МАЙБУТНЬОГО	166
<i>Роман Жукевич, Андрій Шах</i> ІННОВАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЧНІ РІШЕННЯ У ПИВОВАРІННІ	171
<i>Ліля Мулик, Андрій Шах</i> ІННОВАЦІЙНІ ТРЕНДИ У ХАРЧУВАННІ	176
<i>Олександр Коновалов, Наталія Омельченко</i> ФРУКТОВІ ЧІПСИ: ОСОБЛИВОСТІ ПЕРЕРОБКИ, ПЕРЕВАГИ ТА ПЕРЕСТОРОГИ	180
3. НОВІТНІ ТЕНДЕНЦІЇ ДІЄТИЧНОГО ТА ОЗДОРОВЧО-ПРОФІЛАКТИЧНОГО ХАРЧУВАННЯ	183
<i>Ярослав Коріновський, Ольга Маслійчук</i> ОПТИМІЗАЦІЯ РАЦІОНУ ТА РОЗРОБКА ОЗДОРОВЧОГО НАПОЮ ДЛЯ ХАРЧУВАННЯ ВІЙСЬКОВОСЛУЖБОВЦІВ	183
<i>Соломія Шолудько, Лариса Федина</i> КУЛЬТИВУВАННЯ ХЛІБНОЇ ЗАКВАСКИ ДЛЯ ВИПІКАННЯ ХЛІБА ЗА ДОПОМОГОЮ «ДИКИХ ДРІЖДІВ»	186
<i>Віктор Шерганов, Галина Сімахіна</i> НУТРИГЕНОМНІ ТА НУТРИГЕНЕТИЧНІ ВЛАСТИВОСТІ ОЗДОРОВЧИХ ПРОДУКТІВ	188
<i>Ангеліна Дудзіц, Алла Рогова</i> ФУНКЦІОНАЛЬНІ БОРОШНЯНІ КОНДИТЕРСЬКІ ВИРОБИ ЯК ЕЛЕМЕНТ ЗДОРОВОГО ХАРЧУВАННЯ	192

<i>Богдан Цубина, Ганна Сабадош</i> СУЧАСНІ ПРИНЦИПИ СТВОРЕННЯ СТРАВ ВЕГІТАРІАНСЬКОГО ПРИЗНАЧЕННЯ	196
<i>Олег Ромаха, Світлана Майкова</i> РОЗРОБКА ФУНКЦІОНАЛЬНИХ М'ЯСНИХ НАПІВФАБРИКАТІВ ПОЛІКОМПОНЕНТНОГО СКЛАДУ	200
<i>Ярослав Ваш, Світлана Майкова</i> РОЗШИРЕННЯ АСОРТИМЕНТУ, УДОСКОНАЛЕННЯ ТЕХНОЛОГІЙ ТА ЯКІСТЬ ГАРЯЧИХ СТРАВ ІЗ М'ЯСА	205
4. ВИКОРИСТАННЯ НЕТРАДИЦІЙНОЇ СИРОВИНИ У ТЕХНОЛОГІЯХ ХАРЧОВИХ ПРОДУКТІВ	210
<i>Тарас Долишній, Мирослав Бомба</i> ВИКОРИСТАННЯ ЯГІД ЖУРАВЛИНИ ТА ГРИБІВ ГЛИВИ У ВИРОБНИЦТВІ М'ЯСНИХ НАПІВФАБРИКАТІВ	210
<i>Василь Ванцюра, Мирослав Бомба</i> ВИКОРИСТАННЯ НЕТРАДИЦІЙНИХ РОСЛИННИХ ІНГРЕДІЄНТІВ У ТЕХНОЛОГІЇ ВИГОТОВЛЕННЯ САЛАТІВ	214
<i>Анастасія Дубівко, Олексій Rogovий, Оксана Кочубей-Литвиненко, Анастасія Пухляк</i> ПРОРОЩЕНІ ЗЕРНА ГОЛОЗЕРНОГО ВІВСА, ЗБАГАЧЕНІ НАНО-ZNO, – ПЕРСПЕКТИВНИЙ ФУНКЦІОНАЛЬНО-ТЕХНОЛОГІЧНИЙ ІНГРЕДІЄНТ ДЛЯ СИРКОВИХ ВИРОБІВ	219
<i>Теодора Кошів, Мирослав Бомба</i> ВИКОРИСТАННЯ ВОДОРОСТЕЙ ДЛЯ ПОКРАЩЕННЯ ФУНКЦІОНАЛЬНИХ ВЛАСТИВОСТЕЙ ПАСТИ	223
<i>Анна Завалишина, Лариса Федина</i> УДОСКОНАЛЕННЯ ТЕХНОЛОГІЇ ВИГОТОВЛЕННІ НАПОЇВ НА ОСНОВІ ПЮРЕ З ІРГИ ВІЛЬХОЛИСТОЇ	227
<i>Назар Іваніцький, Світлана Майкова</i> ВИКОРИСТАННЯ НЕТРАДИЦІЙНОЇ СИРОВИНИ ДЛЯ ПРИГОТУВАННЯ СТРАВ ОЗДОРОВЧОЇ ДІЇ У РЕСТОРАННОМУ БІЗНЕСІ ТА ДИТЯЧОМУ ХАРЧУВАННІ	230
<i>Софія Сивак, Лариса Агунова</i> НАПРЯМКИ УДОСКОНАЛЕННЯ ТЕХНОЛОГІЇ КУЛІНАРНИХ ВИРОБІВ ІЗ ЯЛОВИЧИНИ	234
<i>Ангеліна Августінова, Сергій Трубчанінов</i> МАННА – ЗАБУТИЙ ДЕЛІКАТЕС ТРАДИЦІЙНОЇ ЄВРОПЕЙСЬКОЇ КУХНІ ДОБИ СЕРЕДНЬОВІЧЧЯ ТА РАННЬОМОДЕРНОГО ЧАСУ»	237
<i>Тетяна Осадча, Олександра Максимець</i> ВИКОРИСТАННЯ АЛОЕ ВЕРИ У ВИГОТОВЛЕННІ КОКТЕЙЛІВ	241
<i>Софія Їжак, Олександра Максимець</i> ВИКОРИСТАННЯ РОСЛИННОЇ НЕТРАДИЦІЙНОЇ СИРОВИНИ ПРИ ВИГОТОВЛЕННІ КЕКСІВ	248

<i>Оксана Ткачук, Тетяна Лебеденко</i> ВИБІР БОРОШНА ЯК ОСНОВА ДЛЯ СТВОРЕННЯ ЯКІСНИХ ХЛІБОБУЛОЧНИХ ВИРОБІВ	255
5. ЕКОЛОГІЧНІСТЬ І БЕЗПЕЧНІСТЬ ПРОДУКТІВ ХАРЧУВАННЯ	260
<i>Оксана Король, Марія Олефіренко</i> ПРАВОВЕ РЕГУЛЮВАННЯ ПРОДОВОЛЬЧОЇ БЕЗПЕКИ ТА ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЯКОСТІ ХАРЧОВИХ ПРОДУКТІВ В УКРАЇНІ У КОНТЕКСТІ ІНТЕГРАЦІЇ ДО ЄВРОПЕЙСЬКИХ ЛАНЦЮГІВ ПОСТАЧАННЯ	260
<i>Колішевська Вікторія, Богдан Кректун</i> ЄВРОПЕЙСЬКИЙ ЗЕЛЕНИЙ КУРС ТА РОЗВИТОК ІНДУСТРІЇ ВИРОБНИЦТВА ОРГАНІЧНИХ ПРОДУКТІВ	263
<i>Наталія Носова</i> ПЕРЕВАГИ ВЖИВАННЯ ОРГАНІЧНИХ ПРОДУКТІВ НА ПРОТИВАГУ ГЕНЕТИЧНО МОДИФІКОВАНИМ ЯК ЧИННИК ЗБЕРЕЖЕННЯ ЕКОЛОГІЇ ТА ЗДОРОВ'Я НАСЕЛЕННЯ	266
<i>Оксана Ткачук, Вікторія Кожевнікова</i> МІКРОБІОЛОГІЧНА БЕЗПЕКА ДРІЖДЖОВИХ БОРОШНЯНИХ ВИРОБІВ	270
6. ТОВАРОЗНАВСТВО ХАРЧОВИХ ПРОДУКТІВ	273
<i>Любомир Склепкович, Олександра Максимець</i> ДОСЛІДЖЕННЯ ПОКАЗНИКІВ ЯКОСТІ ЗЕРНА ПШЕНИЦІ	273
<i>Дмитро Федорчук, Олена Пахолюк</i> ОСОБЛИВОСТІ ТРАНСПОРТУВАННЯ СВІЖОГО М'ЯСА В МІЖНАРОДНІЙ ТОРГІВЛІ	276
<i>Анна Климовець, Олена Пахолюк</i> ВИМОГИ ДО ЯКОСТІ ФРУКТІВ ПРИ ЕКСПОРТІ ДО ЄС	279
<i>Олексій Котов, Дмитро Дрожжін</i> МІНЕРАЛЬНІ ТА ГАЗОВАНІ ВОДИ: СПОЖИВНІ ВЛАСТИВОСТІ, КЛАСИФІКАЦІЯ ТА АСОРТИМЕНТ	282
<i>Владислав Безкровний, Наталія Омельченко, Анна Браїлко</i> АНАЛІЗ СУЧАСНОГО СТАНУ ТА ТЕНДЕНЦІЙ РОЗВИТКУ СВІТОВОГО РИНКУ КВАСУ	286

2. МЕНЕДЖМЕНТ ТА МАРКЕТИНГ В ІНДУСТРІЇ ГОСТИННОСТІ

РОЛЬ ВІЗУАЛЬНОГО КОНТЕНТУ В ПРОСУВАННІ ГОТЕЛІВ ТА РЕСТОРАНІВ

Валерія Стецюк
здобувачка освітнього рівня «Бакалавр»
спеціальності «Готельно-ресторанна справа»

Іван Годя
кандидат економічних наук, доцент
ДВНЗ «Ужгородський національний університет», Україна

Актуальність теми дослідження. У наш час швидкість відтворення та споживання інформації є максимально високою і з кожним роком вона зростає. Зараз важко уявити свій день без соціальних мереж та телефона в цілому. Купу інформації та новин ми отримуємо саме з інтернет-ресурсів. На думку М. Холла людина найкраще сприймає візуальну інформацію – 60%, тому набагато легше читати певний текст, якщо він доповнюється візуальним супроводом, наприклад, фото чи відео до певної новини.

Для готелів та ресторанів візуальний контент відіграє вирішальну роль у веденні рекламно-інформаційної діяльності та просуванні [1]. Завдяки розвитку соціальних мереж, онлайн-платформ для бронювання та цифрових технологій, потенційні гості все частіше приймають рішення на основі фото- та відеоматеріалів. Більшість мандрівників орієнтуються на візуальний контент, перш ніж відвідати певний заклад. Це підкреслює необхідність створення якісних та емоційно привабливих матеріалів, які формують довіру та спонукають до бронювання.

Крім того, сучасні тенденції, такі як домінування коротких відеоформатів (Instagram Reels, TikTok), популярність контенту, створеного користувачами (UGC), а також використання віртуальних турів та 360-градусних фото, відкривають нові можливості для закладів гостинності. Впровадження цих інструментів дозволяє не лише залучати більше клієнтів, а й ефективно будувати впізнаваність бренду.

Зважаючи на високу конкуренцію в індустрії гостинності, якісний візуальний контент стає не просто трендом, а необхідною складовою успішної маркетингової стратегії. Саме тому дослідження його ролі та впливу є вкрай актуальним для бізнесу, що прагне залучати більше клієнтів та утримувати їхню увагу.

Виклад основного матеріалу. Одним із ключових факторів успіху є візуальний контент – якісні фото, відео, 3D-тури, що формують перше враження та впливають на рішення клієнтів. Візуальний контент – це перше, що бачить

потенційний гість, шукаючи готель або ресторан. Якісні фотографії інтер'єру, страв, панорамні знімки та атмосферні відео допомагають створити позитивний емоційний образ закладу. Якщо контент поганої якості, темний або непривабливий, потенційний гість може втратити інтерес ще до того, як дізнається деталі про послуги чи меню.

Окрім першого враження, візуальний контент безпосередньо впливає на рішення клієнта про бронювання номера або замовлення столика. Чим кращі фотографії та відео, тим вищі шанси, що користувач затримається на сайті, вивчить пропозиції та зробить вибір на користь закладу. Готелі, які використовують 360-градусні панорами та віртуальні тури, отримують більше запитів на бронювання, оскільки гості можуть ще до приїзду детально роздивитися інтер'єр і оцінити умови. Для ресторанів ефективним інструментом є відео з приготування страв, що додає інтерактивності та викликає більше довіри.

На сьогодні найпопулярнішими соціальними мережами для просування контенту є Instagram, TikTok, Facebook та Pinterest. В Instagram транслюють фото інтер'єру, дизайну, страв та напоїв, атмосфери ресторану чи готелю; короткі відео (Reels) про роботу закладу, його корпоративну культуру. TikTok використовують для створення динамічних відео з екскурсіями по готелю, огляд страв, залаштункові кадри роботи персоналу. Facebook – альбоми з фото, події, відеоогляди закладу. Pinterest – натхненні фото для мандрівників та гурманів. Окрім цього, за допомогою аналітичних даних певного посту чи сторінки загалом, можна визначити цільову аудиторію і керуватися нею. Це збільшить ефективність контенту та забезпечить краще використання рекламного бюджету. Користувачі соціальних мереж частіше взаємодіють із публікаціями, що містять відео, ніж із текстовими постами або статичними зображеннями. Це доводить, що активна робота з візуальним контентом у соцмережах значно підвищує впізнаваність бренду та сприяє залученню клієнтів [2].

Один із найефективніших інструментів маркетингу – це контент, створений самими гостями. Фотографії, відео та відгуки, які вони публікують у соціальних мережах, викликають більше довіри, ніж професійна реклама. Досить часто заклади по бартеру замовляють рекламу у відомих українських співаків, акторів та інших діячів. Окрім цього, щоб стимулювати звичайних гостей ділитися контентом, заклади можуть запускати конкурси з публікаціями фото під фірмовими хештегами, пропонувати бонуси або знижки за тегування сторінки готелю/ресторана, використовувати сторіс-репости для взаємодії з аудиторією [3].

Готелі та ресторани, які розробляють унікальний візуальний стиль, мають більше шансів запам'ятатися клієнтам. Формування впізнаваності бренду через візуальний контент допомагає створити унікальний стиль, емоційний зв'язок із гостями та виділитися серед конкурентів. Наявність індивідуального логотипу, кольорової гами допоможе людині ідентифікувати заклад та створити асоціативний ланцюжок. Фірмовий стиль формує єдиний образ компанії, а його складові - це

засоби вираження характеру і стилю. Виходячи з цього, можна сказати, що фірмовий стиль - це спосіб створення унікального візуального рішення, яке сприяє оригінальності будь-якого бренду, що дозволяє бути професійно продуманим, виділяючись з маси конкурентів.

Висновки. Візуальний контент відіграє ключову роль у просуванні готелів та ресторанів, формуючи перше враження, впливаючи на прийняття рішень і створюючи емоційний зв'язок із потенційними гостями. Особливу роль відіграють соціальні мережі, де візуальний контент є основою взаємодії з аудиторією. Використання контенту, створеного користувачами (UGC), відеоформатів, 360-градусних турів та співпраця з інфлюенсерами допомагає підвищити рівень зацікавленості потенційних гостей. Крім того, важливим фактором успіху є послідовність візуального стилю: єдина кольорова гама, якість знімків, оформлення соцмереж та використання брендированих елементів. Такий підхід сприяє формуванню впізнаваності та довіри до закладу. Готелі та ресторани, які активно інвестують у створення якісного та креативного контенту, отримують значну конкурентну перевагу, збільшують кількість бронювань і зміцнюють свою позицію на ринку.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Годя І., Корсак Р., Бірман Е. Рекламно-інформаційна діяльність у готельному бізнесі. *Міжнародна конференція «Розвиток сучасної освіти і науки: результати, проблеми, перспективи»*. Том XV: Наукові пошуки в контексті викликів і конфліктів / [Ред.: Я. Гжесяк, І. Зимомря, В. Ільницький]. Конін – Ужгород – Перемишль – Херсон: Посвіт, 2023. С. 157-159.
2. Юдін А. Соціальні мережі 2024: Рейтинг найпопулярніших платформ в Україні та світі, статистика і тренди. *Marketer.ua*. URL: <https://marketer.ua/ua/social-media-rating-of-the-most-popular-platforms-in-ukraine-and-the-world/> (дата звернення: 29.03.2025).
3. Корсак Р., Годя І. Роль соціальних медіа у просуванні готелів та ресторанів. *Міжнародна конференція «Розвиток сучасної освіти і науки: результати, проблеми, перспективи»*. Том XVII: Подолання кризових ситуацій у науці та освіті / [Ред.: Я. Гжесяк, І. Зимомря, В. Ільницький]. Конін – Ужгород – Перемишль – Миколаїв: Посвіт, 2024. С. 238-242.