

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'ЄРНІСТЬ 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 ЯЛОВИЧНИНИ	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

МАРКЕТИНГ ВПЛИВУ В ГОТЕЛЬНОМУ БІЗНЕСІ: ЕФЕКТИВНІСТЬ ТА РИЗИКИ

Марина-Богдана Касич

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

Іван Годя

кандидат економічних наук, доцент

ДВНЗ «Ужгородський національний університет», Україна

Актуальність теми дослідження. Впливовий маркетинг у готельному секторі стає визначальним фактором через швидке поширення цифрових технологій та збільшення впливу соцмереж на вибір подорожуючих. Сучасні клієнти схильні довіряти правдивим порадам інфлюенсерів значно більше, ніж класичній рекламі, що робить цей інструмент необхідним для залучення нових гостей, збільшення лояльності та конкурентоспроможності готелів. Проте, існують ризики – від невідповідності цінностей бренду до втрати можливості контролювати контент – які вимагають професійного підходу. Це підкреслює важливість аналізу цієї теми задля ефективного застосування впливового маркетингу в умовах мінливого ринку.

Виклад основного матеріалу. У сучасну цифрову епоху маркетинг впливу став потужним інструментом для бізнесу в різних галузях, включаючи готельний сектор. Завдяки зростанню популярності соціальних мереж та блогінгу, маркетинг впливу перетворився на важливу стратегію для готелів, які прагнуть підвищити свою впізнаваність, залучити нових клієнтів та збільшити кількість бронювань.

Визначення маркетингу впливу в готельному бізнесі. Маркетинг впливу в готельному бізнесі передбачає співпрацю з інфлюенсерами — блогерами та соціальними медіа-особистостями, які створюють автентичний контент (відео, публікації, огляди) про досвід перебування в готелі, демонструючи його переваги через призму особистих вражень [1].

Цей підхід дозволяє готелям охопити лояльну аудиторію інфлюенсерів, підвищити довіру потенційних гостей завдяки «людському» та візуально привабливому контенту, а також створити ажіотаж, уникаючи обмежень традиційної реклами. Співпрацюючи з готельними інфлюенсерами, готелі отримують доступ до їхньої сформованої аудиторії та створюють більш особистий та зрозумілий спосіб продемонструвати свою власність.

Сьогодні звичайні підходи до маркетингу готелів нерідко виявляються нездатними зачепити сучасних мандрівників. Постійне збільшення кількості людей, які проводять час у соціальних мережах, черпаючи там ідеї для майбутніх подорожей, змусило чимало готелів оперативно перелаштовуватися, налагоджуючи співпрацю з інфлюенсерами, що здатні ділитися своїм правдивим, особистим

досвідом та візуально привабливим контентом. Сучасні мандрівники часто прагнуть отримати реальні поради від людей, яким вони довіряють, перш ніж остаточно визначатися з бронюванням.

Маркетинг впливу є ключовим інструментом для готелів, оскільки дозволяє через співпрацю з інфлюенсерами (подорожними блогерами, соцмедійними експертами) створювати візуально привабливий контент — від якісних фото та відео до реальних відгуків, який підкреслює унікальність готелю (зручності, локація, сервіс) [2].

Інфлюенсери, особливо ті, що зосереджуються на темах подорожей та готельного бізнесу, володіють лояльною аудиторією, яка прагне свіжих відкриттів та яскравих спогадів. Завдяки співпраці з ними, готелі мають змогу органічно та дієво презентувати свій імідж новій цільовій групі, покращуючи помітність серед різних соціальних прошарків та регіонів. До того ж, створений контент інфлюенсерів легко адаптується готелями для використання у власних маркетингових інструментах (веб-сторінки, соціальні мережі), що веде до збільшення аудиторії та прибутковості капіталовкладень.

Маркетинг впливу дозволяє готелям націлюватися на певний набір аудиторій з більшою точністю. Такий контент не лише формує довіру серед аудиторії, але й дозволяє готелям точно таргетувати конкретні групи (наприклад, за інтересами або демографією), підвищуючи ймовірність бронювань і повторних візитів, що призводить до вищої рентабельності інвестицій.

Маркетинг впливу в готельному бізнесі несе з собою певні ризики та проблеми. Найперше – це непросте завдання знайти інфлюенсера, чия аудиторія та творчість ідеально узгоджуються з цінностями готелю та його потенційними гостями. Адже зосереджуватися лише на кількості підписників – шлях до низької ефективності рекламної кампанії.

Ключовим є ретельний аналіз кандидатів-інфлюенсерів. Потрібно вивчити їхню аудиторію, глибину взаємодії з нею, якість публікацій та відповідність філософії вашого бренду.

По-друге, визначальною є проблема автентичності. Публіка без зусиль виявить фальшивість чи надмірну комерційність, що може негативно вплинути на імідж готелю, особливо якщо інфлюенсери не розкривають партнерство. Крім того, існує небезпека купівлі інфлюенсерами не справжніх підписників або використання сумнівних методів для збільшення залученості. Це може ввести в оману готелі стосовно реального ефекту від співпраці.

По-третє, готелі зустрічаються з перепонами в підтримці цілісності власної торгової марки. Даючи блогерам простір для творчості, важливо стежити, щоб їхній контент не входив в протиріччя з ключовими меседжами бренду [3]. Неузгодженість у стилі чи змісті може призвести до непорозумінь і знизити результативність рекламної кампанії.

Висновки. Інфлюенс-маркетинг постає ефективною та потужною стратегією для готельного бізнесу, що відкриває численні перспективи: від зростання впізнаваності вашого бренду до збільшення цільової аудиторії, зміцнення довіри та стимулювання бронювань. Водночас, він несе певні виклики та ризики, як-от потреба у правильному виборі інфлюенсерів та гарантування автентичності контенту. Щоб ваша кампанія з інфлюенсерами для готелю мала успіх, необхідно розробити чіткий бриф, де будуть викладені всі цілі, ключові меседжі та очікування щодо матеріалів. Також важливо скласти договір з інфлюенсером, в якому будуть визначені всі аспекти співпраці: обсяг робіт, терміни виконання та розмір винагороди. Інфлюенс-маркетинг знаходиться в постійному русі, тому слід відслідковувати найсвіжіші тенденції та нововведення.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Шудрик В. Що таке influence-маркетинг і як його використовувати, 2021. eSputnik. URL: <https://esputnik.com/uk/blog/sho-take-influence-marketing-i-yak-jogo-vikoristovuvati/amp> (дата звернення: 01.04.2025).
2. Elphick D. Hotel influencer marketing: Strategies for hotels, 2024. SiteMinder. URL: <https://www.siteminder.com/r/hotel-influencer-marketing/#:~:text=Hotel%20influencer%20marketing%20involves%20collaborating,th at%20resonates%20with%20their%20audience> (дата звернення: 01.04.2025).
3. Bottle E. The Rise Of Hotel Influencer Marketing In 2024. Socially Powerful. URL: <https://sociallypowerful.com/post/influencer-marketing-for-hotels> (дата звернення: 01.04.2025).