

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

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

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

## **СЕКЦІЯ ХАРЧОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ**

|                                                                                                |            |
|------------------------------------------------------------------------------------------------|------------|
| <b>1. СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ ХАРЧОВОЇ ТА ХАРЧОПЕРЕРОБНОЇ<br/>ГАЛУЗІ В УКРАЇНІ ТА СВІТІ</b> | <b>114</b> |
|------------------------------------------------------------------------------------------------|------------|

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

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

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

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

|                                                      |            |
|------------------------------------------------------|------------|
| <b>2. ІННОВАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ ХАРЧОВИХ ВИРОБНИЦТВ</b> | <b>128</b> |
|------------------------------------------------------|------------|

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

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

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

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

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

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

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

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

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

## ЕМОЦІЙНИЙ МАРКЕТИНГ У СФЕРІ ГОСТИННОСТІ

*Михайло Мац*

*здобувач освітнього рівня «Бакалавр» спеціальності «Готельно-ресторанна справа»*

*Іван Годя*

*кандидат економічних наук, доцент*

*ДВНЗ «Ужгородський національний університет», Україна*

**Актуальність теми дослідження.** У сучасному суспільстві, де технології, автоматизація та цифрові сервіси стали невід'ємною частиною повсякденного життя, виникає гостра потреба в гуманізації комунікації між брендом і споживачем. Саме тому у фокусі маркетологів дедалі частіше опиняються не лише функціональні переваги товарів і послуг, а й здатність бренду викликати глибокі емоційні реакції. У сфері гостинності, яка за своєю природою передбачає тісний контакт з клієнтом, емоції стають не другорядним чинником, а ключовим елементом у створенні сприйняття якості, формуванні лояльності та побудові довготривалих відносин із гостями.

Сфера гостинності продає не просто ніч у готелі чи вечерю в ресторані — вона продає досвід. Відчуття тепла, турботи, уваги, естетичного задоволення, безпеки — усе це емоційні складники, які визначають, чи повернеться клієнт знову, чи порадить він заклад іншим, чи залишить позитивний відгук. У той час, коли продуктові пропозиції різних компаній є все більш стандартизованими, саме емоції, що переживає гість, стають вирішальним фактором конкурентної переваги. Таким чином, вивчення емоційного маркетингу в сфері гостинності є не просто актуальним — воно є стратегічно необхідним для будь-якого сучасного бізнесу у галузі.

**Виклад основного матеріалу.** Емоційний маркетинг — це підхід, що ґрунтується на здатності бренду викликати в споживача певні почуття та асоціації, які зумовлюють позитивне ставлення, довіру, бажання ідентифікуватися з брендом. Він не лише привертає увагу, а й створює стійкі емоційні зв'язки, які неможливо досягнути виключно за допомогою логічних чи раціональних аргументів. Згідно з дослідженнями, понад 90% покупчих рішень споживачі приймають на основі емоцій, а не логіки [1].

У сфері гостинності емоційний маркетинг проявляється через візуальну естетику простору, привітність персоналу, аромати, звуки, якісний сервіс, турботу про дрібниці, персоналізовану комунікацію. Вдале поєднання цих елементів формує глибокий досвід, який стає частиною пам'яті клієнта, викликаючи асоціації з комфортом, щастям, натхненням чи романтикою [2].

Сучасний гість проходить через декілька стадій взаємодії з брендом — від очікувань і перших вражень до рефлексії після відвідування. На кожному з цих етапів важливо забезпечити позитивну емоційну стимуляцію.

Очікування — ще до прибуття гість створює уявлення про заклад на основі маркетингових матеріалів, відгуків, фото. Тут важливо викликати передчуття чогось особливого.

Прибуття — перше фізичне враження, де грає роль усе: усмішка адміністратора, аромат у холі, чистота, музика.

Перебування — сукупність дрібниць: як виглядає їжа, чи запам'ятали ім'я гостя, чи комфортно у номері, як реагують на побажання.

Від'їзд — завершення досвіду: щире “до побачення”, маленький сувенір, подяка за вибір.

Післявраження — відгуки, згадки у соціальних мережах, ефект “ностальгії” та бажання повернутись.

У сфері гостинності можна виділити кілька основних інструментів, за допомогою яких бренди формують емоційний резонанс. Сторітелінг — історія бренду чи закладу, яка апелює до емоцій: “ми — сімейний готель, що виріс із любові до Карпат”, або “ресторан, де рецепти передаються від бабусі”. Сенсорний маркетинг включає візуальні (світло, інтер'єр), аудіальні (музика, тиша), тактильні (матеріали меблів), ольфакторні (аромати) та смакові впливи. Емоційна персоналізація — іменні вітання, індивідуальні пропозиції, улюблений напій, якого навіть не треба просити — усе це викликає відчуття унікальності. Елемент сюрпризу, може бути у вигляді подарунку до кави, компліменту від шефа, несподіваної безкоштовної послуги — неочікуваність викликає яскраві позитивні емоції. Культурна атмосфера, така як традиційна музика, регіональний декор, кухня — усе, що допомагає гостю відчувати “душу” місця [3].

Багато міжнародних брендів уже давно інвестують саме в емоційну складову взаємодії. До прикладу Ritz-Carlton дозволяє кожному працівникові витратити до \$2 000 на створення незабутнього моменту для клієнта без потреби погодження з керівництвом; Disney Hotels фокусуються на “створенні магії”, де кожен працівник — частина сценарію.

Українські готелі та ресторани, як-от “Citadel Inn” у Львові чи “Fabius” у Києві, активно впроваджують емоційні вітання, стильні фотозони, живу музику, естетичне оформлення страв.

Емоційний маркетинг не працює без залученого персоналу. Співробітники — це амбасадори емоцій. Вони мають вміти емпатійно слухати, розуміти інтонації та настрої гостя, створювати теплу атмосферу. Успішні компанії інвестують у тренінги емоційного інтелекту, мистецтва гостинності, конфліктології, щоби кожен контакт із гостем був якісним [4].

Емоції, які переживає гість, стають частиною репутації бренду. Люди не лише розповідають про смак їжі чи чистоту номера — вони розповідають про те, як

почувались. Це емоційний капітал, який не зникає після оплати рахунку. Він продовжує працювати — у вигляді постів, історій, рекомендацій, повернень.

**Висновки.** Емоційний маркетинг у сфері гостинності — це не просто прикраса до основного сервісу, а ключовий елемент сучасної бізнес-моделі. Гість не лише отримує послугу — він переживає емоцію, яка або стане поштовхом до повторного візиту, або залишиться неприємним спогадом. Саме тому емоційна складова має бути вплетена у всі рівні діяльності — від брендингу до підбору персоналу. Бренди, які ігнорують силу емоцій, приречені залишатись у тіні тих, хто дарує гостям не просто продукт, а відчуття. У світі, де інформаційний шум все сильніше тисне на споживача, лише ті компанії, які говорять емоціями, залишаються у його пам'яті. Тому завдання кожного готельєра, ресторатора, маркетолога — створити емоційний сценарій для кожного гостя. І якщо цей сценарій буде добре написаний — гість обов'язково повернеться на "продовження історії".

### СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Михайленко Д., Болотна О., Давиденко Н. ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ВИЗНАЧЕННЯ СУТНОСТІ ТА ЗМІСТУ ПОНЯТЬ «ЕМОЦІЙНИЙ МАРКЕТИНГ», «ЧУТТЄВИЙ МАРКЕТИНГ» ТА «МАРКЕТИНГ ВРАЖЕНЬ». *Економіка та суспільство*. 2024. № 69. URL: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2024-69-34> (дата звернення: 29.04.2025)
2. Зайцева О., Фурсов А. ВИКОРИСТАННЯ ІНСТРУМЕНТАРІЮ МАРКЕТИНГУ ВРАЖЕНЬ В ІНДУСТРІЇ ГОСТИННОСТІ. *Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки*. 2019. Вип. 270, № 3. С. 86-90. URL: <https://doi.org/10.31891/2307-5740-2019-270-3-90-94> (дата звернення: 30.04.2025).
3. Палітра емоцій: вплив кольору інтер'єру готелю на психологічний стан гостя. Ribas Hotels Group. *Ribas Hotels Group. Готельна керуюча компанія*. URL: <https://ribashotelsgroup.ua/blog/palitra-emotsiy-vpliv-kolyoru-intereru-gotelyu-na-psihologichniy-stan-gostya/> (дата звернення: 30.04.2025).
4. Емоційний маркетинг. Як робота з емоціями клієнта збільшує продажі. Kyivstar Business Hub. *Kyivstar Business Hub – корпоративний блог для бізнесу*. URL: <https://hub.kyivstar.ua/articles/emocziynyj-marketyng-yak-robota-z-emocziyamy-kliiyenta-zbilshuye-prodazhi> (дата звернення: 29.04.2025).