

Міністерство освіти і науки України
ДВНЗ «Ужгородський національний університет»
Факультет туризму та міжнародних комунікацій



АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ СФЕРИ ГОСТИННОСТІ: ПЕРСПЕКТИВИ ТА ВИКЛИКИ

III МІЖНАРОДНА НАУКОВА КОНФЕРЕНЦІЯ

1-2 травня 2025 р.

УЖГОРОД



**Міністерство освіти і науки України,
Управління туризму та курортів Закарпатської обласної військової адміністрації
ДВНЗ «Ужгородський національний університет
Факультет туризму та міжнародних комунікацій
Львівський національний університет імені Івана Франка
ДВНЗ «Хмельницький національний університет»
Державний біотехнологічний університет
Політехнічний університет м. Йглава (Чехія)
Agora Italian Academy (Італія)
Університет Градец-Кралове (Чехія)
Інститут економічного розвитку та соціальних досліджень (Туреччина)**

МАТЕРІАЛИ III МІЖНАРОДНОЇ НАУКОВОЇ КОНФЕРЕНЦІЇ

АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ СФЕРИ ГОСТИННОСТІ: ПЕРСПЕКТИВИ ТА ВИКЛИКИ

Збірник наукових праць

1-2 травня 2025 р.

**Ужгород
2025**

УДК 330.3:338.488.2:640.4:338.488(043.2)

А 43

Актуальні проблеми розвитку сфери гостинності: перспективи та виклики: матеріали III Міжнародної наукової конференції (1-2 травня 2025 р.).
– Ужгород: Вид-во УжНУ «Говерла, 2025. 318 с. [Електронне видання]
ISBN 978-617-8321-78-9

РЕДАКЦІЙНА КОЛЕГІЯ

Габчак Наталія, голова редакційної колегії, кандидатка географічних наук, декан факультету туризму та міжнародних комунікацій ДВНЗ «УжНУ»

Atiya Thabet Abuharris, Professor, The Libyan Academy of Post Graduate Study, Tourism and Hospitality Department (Libya)

Марта Мальська, доктор економічних наук, професорка, завідувачка кафедри туризму, Львівський національний університет імені Івана Франка

Paulina Kolisnichenko, Doctor of Economic Sciences, Vice Rector for International Cooperation, WSHIU Academy of Applied Sciences, Poznan, (Poland)

Mauro di Chicco, Founder & General Manager, Educational organization «Agora Italian Academy» (Italian)

Petra Poulova, Professor, RNDr, Ph.D., proděkanka Fakulty informatiky a managementu pro strategii a rozvoj, Univerzita Hradec Králové (Česká republika)

Ігор Журба, доктор економічних наук, професор, завідувач кафедри туризму та готельно-ресторанної справи, ДВНЗ «Хмельницький національний університет»

Галина Омельченко, кандидат економічних наук, доцент, завідувачка кафедри туризму, Державний біотехнологічний університет, м. Харків

Ганна Машіка, доктор географічних наук, професорка, завідувачка кафедри туризму, ДВНЗ «Ужгородський національний університет»

Роман Корсак, доктор історичних наук, професор, завідувач кафедри туристичної інфраструктури та готельно-ресторанного господарства, ДВНЗ «Ужгородський національний університет»

Руслана Жовтані, кандидат філологічних наук, доцент, завідувачка кафедри міжнародних комунікацій ДВНЗ «Ужгородський національний університет»

Галина Кіш, кандидат економічних наук, доцент кафедри туристичної інфраструктури та готельно-ресторанного господарства, ДВНЗ «Ужгородський національний університет»

Відповідальний секретар: Уляна Ханас, кандидат філософських наук, доцентка кафедри туризму, ДВНЗ «Ужгородський національний університет»

Технічна підтримка: Сергій Бабенко, старший лаборант кафедри туристичної інфраструктури та готельно-ресторанного господарства ДВНЗ «Ужгородський національний університет»

Рекомендовано до друку

Вченою радою ДВНЗ «Ужгородський національний університет»

(протокол № 6 від 3 червня 2025 р.)

Матеріали подані в авторській редакції.

Відповідальність за достовірність наведеної інформації, зокрема статистичної, власних імен, фактів, цитат та інших даних несуть автори публікацій.

ISBN 978-617-8321-78-9

© ДВНЗ «УжНУ», 2025

© Автори статей, 2025

ЗМІСТ

ВІТАЛЬНЕ СЛОВО	10
-----------------------------	-----------

ТУРИЗМ І РЕКРЕАЦІЯ

Ганна Машіка

Актуальні тренди та нові вектори розвитку туризму	12
---	----

Олена Зеленська

Значення особистісно-психографічної типології туристів для розвитку туристичного бізнесу	16
---	----

Наталія Габчак

Роль пішохідного туризму в реабілітації під час війни: карпатський контекст	20
--	----

Галина Омельченко

Сентиментальний туризм: вплив повернення до «місць пам'яті» на споживацьку поведінку	23
---	----

Галина Шука

Споживчий чек як чинник структурування туристичної пропозиції	27
---	----

Viktoriia Yazina, Liudmyla Bezuhla

Development of inclusive tourism infrastructure.....	30
--	----

Вероніка Гаджега, Ганна Машіка

Екологічні тенденції в сфері гостинності України: перспективи та виклики	32
---	----

Олександр Тимошук, Галина Омельченко

Правовий статус та специфіка надання послуг системи «асістанс» у сфері туризму	34
---	----

Кирило Чумаков, Каріна Кононенко

Інтеграція практик цифрового туризму в освітній процес	39
--	----

Юлія Дашук

Менеджмент туристичних територій крізь призму доступності об'єктів культурної спадщини	43
---	----

Наталія Алєшугіна

Про необхідність перегляду туристичного районування світу Всесвітньої туристської організації	46
--	----

Іван Симочко, Ганна Машіка

Смарт-рішення для сталого туризму: застосування ІТ в управлінні
екологічними маршрутами 50

Дар'я Харківська, Галина Омельченко

Маршрути усамітнення: роль природи та тиші
у формуванні емоційного резонансу подорожі 54

Ulyana Khanas, Mariana Popuk

Commodification of ethnic culture in the context of the tourism industry 57

Валерій Даниленко

Enhancing competitive advantage in tourism through advanced
segmentation strategies 61

Мирослава Якіма, Марина Грабар

Гастрономічний туризм як інструмент культурного
брендингу Закарпаття 65

Богдан Полянський, Галина Омельченко

Соціальна відповідальність туристичних операторів
у сфері екотуризму: український та світовий досвід 69

Аліна Голубчик, Наталія Алєшугіна

Екологічний туризм у В'єтнамі 73

Надія Григорчак, Ганна Машіка,

Спортивно-розважальна анімація як провідний напрям
сучасної анімаційної діяльності 77

Богдан Свид, Галина Омельченко

Інноваційні підходи до екологічного менеджменту у туризмі 80

Ольга Пригара, Ольга Леженцева

Екологічна освіта в межах екскурсійної діяльності
на природоохоронних територіях Закарпаття 83

Олексій Бондаренко, Галина Омельченко

Хмарне рішення для обліку та супроводу клієнтів у туризмі 86

Анастасія Мельник, Уляна Ханас

Аналіз доступності туристичних об'єктів Закарпаття
для людей з інвалідністю 89

Ulyana Khanas

Candidate of Philosophical Sciences, Associate Professor

Mariana Popyk

Candidate of Economic Sciences, Associate Professor

Uzhhorod National Universit, Ukraine

COMMODIFICATION OF ETHNIC CULTURE IN THE CONTEXT OF THE TOURISM INDUSTRY

The tourism industry in the modern world has become not only a powerful tool for economic development, but also an important platform for intercultural communication. At the same time, the growing popularity of cultural tourism highlights a number of ethical and socio-cultural issues related to the preservation of the authenticity and cultural identity of peoples. One of them is the commodification of ethnic culture, a process in which cultural elements are transformed into goods or services to meet consumer needs. This approach, while creating new opportunities for economic growth, is often accompanied by risks of loss of authenticity, symbolic devaluation, and marginalization of cultural heritage.

Commodification is a socio-economic phenomenon that involves the transformation of intangible cultural practices into a commercial product. In general, the discussions around the phenomenon of cultural commodification are based on several main problems, which Oleksandra Oliynyk analyzed in her article [1]. One of these problems is the interaction of the cultural and economic spheres in the creation of a cultural product, which is expressed in a certain way of communication between cultural creators and consumers.

In the tourism industry, this process is manifested through the creation or “simplification” of versions of culture that are easily consumed by tourists. Typical examples are stylized costumes, pseudo-authentic performances, souvenirs, etc. that only superficially reflect the cultural uniqueness of the region. In Ukraine, the problems of commodification are particularly identified in ethnographic regions: Hutsulshchyna, Boykivshchyna, Bukovyna, and Polissya. Ethnic festivals, fairs, and

exhibitions are actively held in these regions, often aimed at tourists rather than at preserving cultural traditions.

The commodification of ethnic culture in tourism has various forms of manifestation, which may differ depending on the region, traditions, and type of tourism, among other things:

- folklorization - popularization of certain elements of culture in isolation from their authentic context, transformation of living culture (singing, dancing, legends, fairy tales) into a stage spectacle, often accompanied by simplification, standardization and loss of ritual or sacred meaning. For example: performing folk songs with changed lyrics, modern instruments in stylized costumes, adapted for tourists, or using exaggerated or fictional myths and legends in excursions, etc.;
- museumification is the transformation of living culture into static exhibitions in museums, skansen or tourist centers. In this case, the element of interaction is lost - culture is “frozen” in the form of artifacts, not living practice. For example, in the village of Verkhovyna, there are several house-museums that demonstrate Hutsul everyday life. However, many of the exhibits are designed specifically for tourists and often do not reflect real historical living conditions, which reduces the cognitive value and turns culture into a “decoration”;
- commercialization of cultural items, in particular, the sale of souvenirs, clothing, and household items with ethnic elements. Often, these items are made far outside the ethnic environment and only roughly resemble cultural patterns. In particular, in Ukraine and elsewhere, souvenirs made in China are massively sold. This phenomenon distorts the image of culture and at the same time deprives local craftsmen of income;
- branding, i.e. the use of ethnic symbols (embroidery, ornaments, traditional food) as brand elements of the region, the formation of a stereotyped, often superficial image of culture for the image of a tourist product;
- cultural staging of rituals and tourist practices in agritourism: holding rituals (e.g., Hutsul wedding, Carpathian evening parties, Koliada) in the form of an

entertainment show with costumes, music, and food. In reality, such events rarely adhere to local customs, and due to adaptation to the tourist format, they also lose their sacred meaning. Or offering an “authentic” rural experience (staying in houses, eating traditional dishes), which is often staged (at least in terms of comfort) or deeply adapted for tourists;

- festivalization - the creation or adaptation of traditional holidays for tourist attraction, which often turns into a mass event with a loss of the original meaning.

However, the consequences of commodifying ethnic culture in tourism as an ambivalent phenomenon that combines both positive and negative aspects are often controversial and difficult to assess unambiguously. This duality is manifested at the level of economy, culture, social structure and identity (Fig. 1).

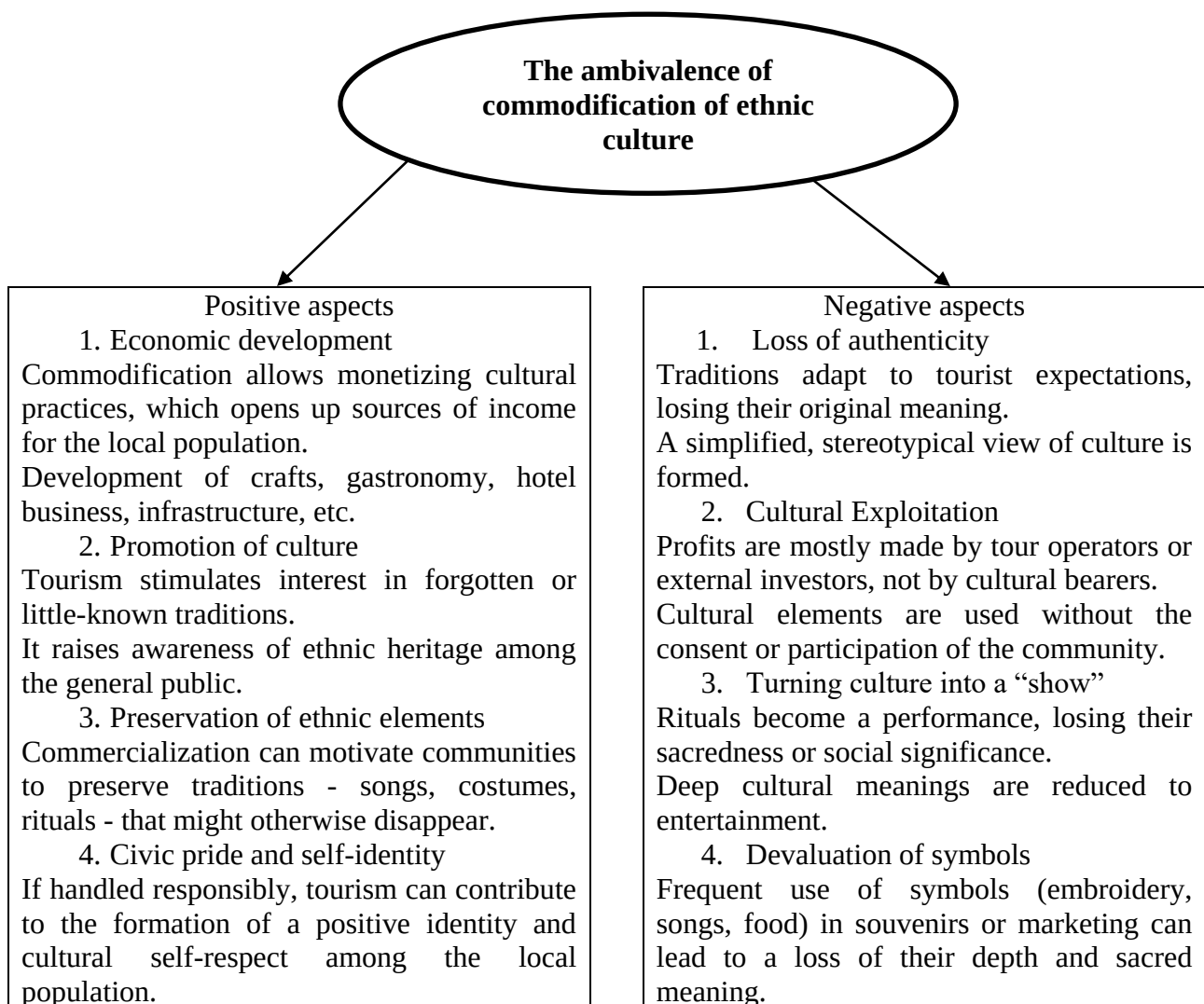


Fig. 1 Positive and negative aspects of commodification (author's development)

An important conclusion that can be drawn from the summarized data in the table is that commodification simultaneously contributes to the preservation and destruction of cultural traditions. The importance of commodification for the preservation of cultural heritage and the development of cultural practices is pointed out by Stepan Dychkovsky in his works [2, 3]. It can be a tool for development with community participation, ethical regulation, and preservation of authenticity. However, without a clear framework and a critical approach, commodification risks becoming a means of cultural exploitation and unification. Therefore, the task of researchers, cultural workers, and politicians is to find a balance in which commodification becomes a mechanism not for devaluation, but for rethinking and modernizing cultural heritage.

Thus, commodification of ethnic culture is a complex, ambivalent phenomenon. On the one hand, it creates new opportunities for cultural exchange and economic growth. On the other hand, it carries risks of identity loss, exploitation, and devaluation of cultural heritage. It is necessary to develop a clear policy that will ensure a balance between the development of the tourism industry and the preservation of cultural identity.

References:

1. Oliynyk O. S. Commodification as a tool of cultural production. Cultural Thought: a collection of scientific papers. K.: Institute of Cultural Studies of the National Academy of Arts of Ukraine, 2020. Vol. 18, No. 2. C.156-164. DOI: <https://doi.org/10.37627/2311-9489-18-2020-2.156-164>
2. Dychkovsky S. I. Commodification of cultural heritage in the system of tourist services. Ukrainian culture: past, present, ways of development. 2019. №33. C. 45-52. URL: <https://zbirnyky.rshu.edu.ua/index.php/ucpmk/article/view/291>.
3. Dychkovsky S. I. Dynamics of the cultural potential of tourism practices in the context of individualization of the life of a modern person. Bulletin of the National Academy of Management Personnel of Culture and Arts. 2020. №4. C. 11-20. URL: <https://journals.uran.ua/visnyknakkkim/article/view/219109/218816>