

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ

ОДЕСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНОЛОГІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ



**ЗБІРНИК  
ТЕЗ ДОПОВІДЕЙ**

**ХІІІ ВСЕУКРАЇНСЬКОЇ КОНФЕРЕНЦІЇ СТУДЕНТІВ,  
АСПРАНТІВ І МОЛОДИХ УЧЕНИХ  
ІНТЕГРАЦІЙНІ ТА ІННОВАЦІЙНІ НАПРЯМКИ  
РОЗВИТКУ ІНДУСТРІЇ ГОСТИННОСТІ**



*16-17 травня 2024 року*

в рамках проведення  
**«ТИЖНЯ СТУДЕНТСЬКОЇ НАУКИ»**  
у Навчально-науковому технологічному інституті  
харчової промисловості ім. К.А. Богомаза

**ОДЕСА 2024**

**ОРГАНІЗАЦІЙНИЙ КОМІТЕТ КОНФЕРЕНЦІЇ  
ПРЕЗИДІЯ ТА ОРГКОМІТЕТ КОНФЕРЕНЦІЇ В ОНТУ**

**ГОЛОВА ПРЕЗИДІЇ**

**Єгоров Богдан Вікторович**

Президент ОНТУ, академік НААН України, д.т.н., професор

**ЧЛЕНИ ПРЕЗИДІЇ**

**Іванченкова Лариса Володимирівна**

Ректор ОНТУ, д.е.н., професор

**Ольшевська Ольга Володимирівна**

Проректор з наукової роботи та міжнародних зав'язків ОНТУ, к.т.н., доцент

**Дец Надія Олександрівна**

Проректор з науково-педагогічної, організаційної та виховної роботи ОНТУ, к.т.н., доцент

**Солоницька Ірина Валеріївна**

Директор Навчально-наукового технологічного інституту харчової промисловості ім. К.А. Богомаза Одеського національного технологічного університету, к.т.н., доцент

**ЧЛЕНИ ОРГКОМІТЕТУ**

**Камушков Олександр Сергійович**

Декан факультету Інноваційних технологій харчування і ресторанно-готельного бізнесу Одеського національного технологічного університету, д.е.н., професор

**Лебеденко Тетяна Євгенівна**

Завідувач кафедри готельно-ресторанного бізнесу Одеського національного технологічного університету, д.т.н., професор

**Коваленко Наталія Олександрівна**

Доцент кафедри готельно-ресторанного бізнесу Одеського національного технологічного університету, к.т.н., доцент

**Охріменко Алла Григорівна**

Професор кафедри готельно-ресторанного бізнесу Державного торговельно-економічного університету, д.е.н., професор

**Бровенко Тетяна Вікторівна**

Доцент кафедри стандартизації та сертифікації сільськогосподарської продукції Національного університету біоресурсів і природокористування України, к.т.н., доцент

**Сильчук Тетяна Анатоліївна**

Професор кафедри готельно-ресторанної справи Національного університету харчових технологій, д.т.н., професор

**Полінкевич Оксана Миколаївна**

Завідувач кафедри підприємництва, торгівлі та логістики Луцького національного технічного університету, д.е.н., професор

**Лояк Лілія Миколаївна**

Доцент кафедри готельно-ресторанної та курортної справи Прикарпатського національного університету ім. Василя Стефаника, к.е.н., доцент

**Архипова Людмила Миколаївна**

Професор кафедри екології Івано-Франківського національного технічного університету нафти і газу, д.т.н., професор

**Ніколайчук Ольга Анатоліївна**

Завідувач кафедри технологій в ресторанному господарстві, готельно-ресторанної справи та підприємництва Донецького національного університету економіки і торгівлі імені Михайла Туган-Барановського, к.е.н., доцент

**Данько Наталя Іванівна**

Завідувач кафедри міжнародної електронної комерції та готельно-ресторанної справи Харківського національного університету ім. В.Н. Каразіна, к.е.н., доцент

**УДК 640.41:349.9:316.4**

**ББК 65.432**

Інтеграційні та інноваційні напрямки розвитку індустрії гостинності: збірник тез доповідей XIII Всеукраїнської міжвузівської наукової конференції студентів, аспірантів і молодих учених 16-17 травня 2024р., О.: ОНТУ, 2024. – 168 с.

Збірник тез доповідей укладено за матеріалами XIII Всеукраїнської міжвузівської наукової конференції студентів, аспірантів і молодих учених «Інтеграційні та інноваційні напрямки розвитку індустрії гостинності», яка відбулась в Одеському національному технологічному університеті 16-17 травня 2024р.

*За достовірність наведених фактів, цитат, посилань на літературні джерела та вживання власних імен несуть відповідальність автори наукових тез.*

## ЗМІСТ

### СЕКЦІЯ 1. ОСНОВНІ ТРЕНДИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ІНДУСТРІЇ ГОСТИННОСТІ У 2023-2024 РР.

*Жовнірук А.І., Полінкевич О.М.*

COMMUNICATION STRATEGY OF THE HOTEL AND RESTAURANT BUSINESS IN THE  
CONDITIONS OF WAR .....8

*Усатенко А.В., Лояк Л.М.*

ГАСТРОНОМІЧНА СПАДЩИНА ПОКУТТЯ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ .....11

*Юник О.І., Полінкевич О.М.*

ВИМОГИ ДО ВИБОРУ ПІДПРИЄМСТВ-КОНКУРЕНТІВ ДЛЯ ОЦІНЮВАННЯ  
КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ТУРИСТИЧНИХ ПІДПРИЄМСТВ .....14

*Узун І.В., Делі В.Ю.*

ПИВО Й СМАКОВІ ПАРИ - ПІДХОДИ ДО ФУДПЕЙРІНГУ.....16

*Толок Г.А., Риженко Д.В.*

НИЗЬКОГЛІКЕМІЧНІ ОПЦІЇ СТРАВ У МЕНЮ РЕСТОРАННИХ ЗАКЛАДІВ .....19

*Гозіна В.О., Липовий Д.В.*

ІННОВАЦІЙНІ ТРЕНДИ АВТОМАТИЗАЦІЇ СЕРВІСУ В ГОТЕЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВАХ...22

*Мар'юсик А.Ф., Ільїна О.В.*

ДОСТУПНИЙ ТУРИЗМ У МІСТІ ЛУЦЬКУ: ОЦІНЮВАННЯ Й ОПТИМІЗАЦІЯ .....24

*Бабокало У., Д'яконова А.К., Москвічова О.М.*

СТАН І ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ ГОТЕЛЬНОГО БІЗНЕСУ В ІВАНО-ФРАНКІВСЬКОМУ  
РЕГІОНІ.....28

*Ходот К.В., Терешкін О.Г.*

ЕКОЛОГІЯ ЛЮДИНИ І ГУМАНІЗАЦІЯ ДИЗАЙНУ В СФЕРІ ГОСТИННОСТІ .....30

*Шумкова П.В., Ткачук О.В., Новічкова Т.П.*

СПРАВЖНІ СУПЕРФУДИ — НАВКОЛО НАС .....32

*Войтенко Д.Р., Кожедубова Л.П.*

КВІТКОВА КУЛІНАРІЯ .....35

*Горбенко М.П., Коваленко Н.О.*

СУЧАСНІ ТРЕНДИ ЗАСТОСУВАННЯ МОЛЕКУЛЯРНОЇ ГАСТРОНОМІЇ В БАРАХ .....41

*Савчук С.С. Ільїн Л.В.*

РЕКРЕАЦІЙНО-ТУРИСТИЧНЕ ОЦІНЮВАННЯ ОЗЕР ВОЛИНСЬКОЇ ОБЛАСТІ .....45

*Новічков О.В., Щапіна О.Ф., Ткачук О.В.*

СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ В МЕНЮ .....47

*Луценко А., Д'яконова А.К., Москвічова О.М.*

СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ.....50

<i>Білокудря Л.О., Архипова Л.М.</i>	
ЛІКУВАЛЬНО-ОЗДОРОВЧИЙ ТУРИЗМ ЗА НАПРЯМКОМ ПСИХОГІЄНИ ТА ПОДОЛАННЯ НЕГАТИВНИХ НАСЛІДКІВ ВОЄННИХ ДІЙ .....	54
<i>Грицай К.Д., Паньків М.М.</i>	
ПЕРСПЕКТИВИ ВИКОРИСТАННЯ ЦИФРОВОГО МАРКЕТИНГУ В ІНДУСТРІЇ ГОСТИННОСТІ.....	58
<i>Тимошинець В.Р., Архипова Л.М.</i>	
РЕВІТАЛІЗАЦІЯ ДЛЯ ТУРИСТИЧНОГО РОЗВИТКУ ГРОМАД .....	60
<i>Городянська Л.В., Моргун А.П.</i>	
СТАН І ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ІНДУСТРІЇ ГОСТИННОСТІ В СУЧАСНИХ УМОВАХ..	63
<i>Зотова І.С., Липовий Д.В.</i>	
ІННОВАЦІЙНІ ТРЕНДИ ПОСЛУГ ХАРЧУВАННЯ В ЗАКЛАДАХ РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА .....	65
<i>Топчук С.П., Ткачук О.В., Лебеденко Т.Є.</i>	
ДИКОРОСИ – РОСЛИНИ МАЙБУТНЬОГО .....	67
<i>Лазарева М.О., Халілова - Чуваєва Ю.О.</i>	
ОСОБЛИВОСТІ НАДАННЯ ГОТЕЛЬНИХ ПОСЛУГ ПІД ЧАС ВОЄННОГО СТАНУ .....	70
<i>Корж Н.В., Паньків М.М.</i>	
ПРОГРАМИ ЛОЯЛЬНОСТІ В ДІЯЛЬНОСТІ МІЖНАРОДНИХ ГОТЕЛЬНИХ МЕРЕЖ.....	73
<i>Верба Я.І., Коваленко Н.О., Станішевська А.О.</i>	
СВІТОВІ ТРЕНДИ В ПРИГОТУВАННІ КОКТЕЙЛІВ 2023-2024 РР. ....	76
<i>Топчук С.П., Халілова – Чуваєва Ю.О.</i>	
ОСОБЛИВОСТІ РОБОТИ ЗАКЛАДІВ ГОСТИННОСТІ ПІД ЧАС ВОЄННОГО СТАНУ .....	79
<i>Меркулова Д.О., Липовий Д.В.</i>	
ІННОВАЦІЙНІ ПІДХОДИ ДО ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ РЕСТОРАННИХ ПОСЛУГ У ГОТЕЛЯХ .....	82
<i>Курянов В.М., Седікова І.О.</i>	
КОРПОРАТИВНА КУЛЬТУРА ТА ЇЇ ВПЛИВ НА СТВОРЕННЯ ЯКІСНИХ СЕРВІСНИХ ПОСЛУГ НА ПІДПРИЄМСТВАХ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ .....	86
<i>Гутник В.І., Мендела І.Я.</i>	
ІННОВАЦІЙНІСТЬ У ГАСТРОНОМІЇ.....	89
<i>Сафонова А.Р., Паньків М.М.</i>	
ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ КОНЦЕПЦІЇ PET-FRIENDLY В ІНДУСТРІЇ ГОСТИННОСТІ .....	91
<i>Пахомова А.С., Асауленко Н.В.</i>	
УПРАВЛІННЯ КОНФЛІКТАМИ В МУЛЬТИКУЛЬТУРНИХ КОМАНДАХ: ВИКЛИКИ ТА МОЖЛИВОСТІ ДЛЯ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ .....	93
<i>Чайковська Є.Ю., Паньків М.М.</i>	
ПЕРСПЕКТИВИ ВИКОРИСТАННЯ ШТУЧНОГО ІНТЕЛЕКТУ В ІНДУСТРІЇ ГОСТИННОСТІ .....	97

*Маркевич Є.Р., Кравчук Т.В.*

БІЗНЕС-ГОТЕЛІ ЯК НЕВІД'ЄМНА СКЛАДОВА ДІЛОВОГО ТУРИЗМУ ..... 100

*Жолобанюк Д.С., Тягунова Н.М.*

ОСОБЛИВОСТІ ЗАХИСТУ ПРАВ СПОЖИВАЧІВ В ІНДУСТРІЇ ГОСТИННОСТІ..... 102

*A.Sh. Abdulloeva, P.M. Beznis*

THE HISTORY OF COFFEE AND HOW IT BENEFITS RESTAURANTS ..... 105

*V.I. Pismenny, P.M. Beznis*

HISTORY OF TEA, HIS DISTRIBUTION AND HIS HEALTH BENEFITS ..... 107

*A.O. Zaplitna, P.M. Beznis*

CHOCOLATE MANUFACTURING TECHNOLOGY AND IT'S ROLE IN THE HOTEL AND RESTAURANT BUSINESS..... 110

*Грабченко В.О., Д'яконова А.К.*

ОСОБЛИВОСТІ ХАРЧУВАННЯ ДІТЕЙ ШКІЛЬНОГО ВІКУ ..... 112

## **СЕКЦІЯ 2. ІННОВАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ В ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОМУ БІЗНЕСІ**

*Федан К.С., Ніколайчук О.А.*

АНАЛІЗ ІНСТРУМЕНТІВ ІНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГУ ГОТЕЛЕЙ КРИВОГО РОГУ ..... 115

*Максимович А.О., Делі В.Ю.*

ЗАСТОСУВАННЯ ЗАСОБІВ ДІДЖИТАЛІЗАЦІЇ В ОРГАНІЗАЦІЇ ГІБРИДНИХ ІВЕНТ ЗАХОДІВ ..... 117

*Чорненька І.В., Тягунова Н.М.*

ІННОВАЦІЇ ТА СУЧАСНІ ПІДХОДИ ДО ОБСЛУГОВУВАННЯ КЛІЄНТІВ ..... 120

*Джогера Т., Антонюк Ю.А.*

СУЧАСНІ МАРКЕТИНГОВІ ІНСТРУМЕНТИ ДЛЯ ПРОСУВАННЯ БАРІВ..... 123

*Бесчастна Г.І., Липовий Д.В.*

ВПРОВАДЖЕННЯ ІННОВАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ ДЛЯ ПОКРАЩЕННЯ РОБОТИ ГОТЕЛІВ ..... 125

*Радіонова Г.О., Делі В. Ю.*

ОРГАНІЗАЦІЯ ВИННИХ ДЕГУСТАЦІЙ ЯК ІНСТРУМЕНТ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОЗДАТНОСТІ РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ ..... 128

*Кошик С.О., Ряшко Г.М.*

ІННОВАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ ДЛЯ ГОТЕЛІВ, ЩО НАДАЮТЬ ПОСЛУГИ У СФЕРІ ОРГАНІЗАЦІЇ ТА ПРОВЕДЕННЯ АЗАРТНИХ ІГОР ..... 130

*Язвінюк Т.С., Делі В.Ю.*

ВІЗУАЛІЗАЦІЯ ДАНИХ ГОТЕЛЮ НА ОСНОВІ USALI..... 133

## **СЕКЦІЯ 3. СУЧАСНЕ ПРОГРАМНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ДЛЯ ЗАКЛАДІВ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ**

*Блінова А.О., Ковтун А.В., Шаран Л.О.*

ОСОБЛИВОСТІ ОРГАНІЗАЦІЇ ДИТЯЧОГО ХАРЧУВАННЯ В ГОТЕЛІ СІМЕЙНОГО ТИПУ 136

## СЕКЦІЯ 4. СУЧАСНЕ ОБЛАДНАННЯ ДЛЯ ЗАКЛАДІВ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ

*Слободянік А.А., Кулик М.В.*

БЕЗБАР'ЄРНИЙ ДОСТУП ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ ЯК СПОСІБ ЗАЛУЧЕННЯ ІНКЛЮЗИВНОГО СУСПІЛЬСТВА..... 139

*Власова Т.О., Ряшко Г.М.*

СПЕЦИФІКА ПРОЕКТУВАННЯ ПІДПРИЄМСТВА ШВИДКОГО ХАРЧУВАННЯ ФОРМАТУ FREEFLOW ..... 141

## СЕКЦІЯ 5. ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ СПОРТИВНО-ОЗДОРОВЧИХ ПОСЛУГ В ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННИХ КОМПЛЕКСАХ

*Грицишина К.В., Нікітчина Т.І., Дубкова Т.П.*

ВПРОВАДЖЕННЯ WELLNESS-ПОСЛУГ І СПОРТИВНО-ОЗДОРОВЧИХ ПОСЛУГ В ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОМУ БІЗНЕСІ..... 145

*Бондаренко Л.А., Кравчук Т.В.*

SPA-ПОСЛУГИ ЯК ІННОВАЦІЙНА КОНЦЕПЦІЯ РОЗВИТКУГОТЕЛЮ В УКРАЇНІ..... 147

*Маркевич Є., Стрікаленко Т.В.*

БІОХАКІНГ ЯК ТРЕНД БІЗНЕСУ ОЗДОРОВЛЕННЯ ..... 149

*Кость В., Стрікаленко Т.В.*

РЕКРЕАЦІЯ В ГАСТРОТУРИ ДО ГОНГОНГУ ..... 152

*Гречаний В.М., Бабиніна А.В., Стрікаленко Т.В.*

ЗАПОВІДНІ ТЕРИТОРІЇ ЯК РЕКРЕАЦІЙНІ КОМПЛЕКСИ МИКОЛАЇВЩИНИ: ВЧОРА, СЬОГОДНІ, ЗАВТРА..... 154

*Сініка Н., Тодорова О., Стрікаленко Т.В.*

ПРОЕКТИ ЗБЕРЕЖЕННЯ МУЛЬТИКУЛЬТУРНОГО ТА ПРИРОДНОГО РОЗМАЇТТЯ ОДЕЩИНИ ЯК СКЛАДОВІ РЕКРЕАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В РЕГІОНІ..... 157

*Македон Н., Стрікаленко Т.В.*

ОЗЕРА ЯК СКЛАДОВІ РЕКРЕАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В РЕГІОНІ..... 160

*Мусурін Д., Наріжна Т., Стрікаленко Т.В.*

РЕКРЕАЦІЙНИЙ ПОТЕНЦІАЛ ХЕРСОНЩИНИ ..... 163

*Стрікаленко Є.А., Назарова А., Майстренко К.*

ФІЗИЧНА АКТИВНІСТЬ ЯК СКЛАДОВА ОЗДОРОВЛЕННЯ ТА МЕНЕДЖМЕНТУ СУЧАСНИХ ГОТЕЛІВ ..... 165

## СЕКЦІЯ 1. ОСНОВНІ ТРЕНДИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ІНДУСТРІЇ ГОСТИННОСТІ У 2023-2024 РР.

*Жовнірук А.І., Полінкевич О.М.*

*Луцький національний технічний університет*

*м. Луцьк*

### COMMUNICATION STRATEGY OF THE HOTEL AND RESTAURANT BUSINESS IN THE CONDITIONS OF WAR

Ukraine is going through a difficult period of transformation of its society and economy. Unfortunately, during more than 32-year period of its existence as an independent state, all the necessary institutions of civil society have not been formed, and the domestic economy is still under the control of large companies. According to international experience, the development of small and medium-sized businesses is one of the main factors of successful economic growth and a significant social factor. The development of a competitive and innovative sector of small and medium-sized enterprises with high added value is very important for the successful economic growth and prosperity of the country. Small and medium-sized enterprises make the economy flexible and powerful, while they play an important social role by creating new jobs and providing sources of income for large groups of the population.

The problems of the research were dealt with Kokhan M.O., Biriukova Yu.A., Shparyk Ya.Ya., Zavidna L.D., Williams A.M., Sánchez R.I., Škokić V., Kulyk M., Boiko M., Bosovska M., Okhrimenko A., Polinkevych O.M., Kaminski R., Lipych L.G. [1-7].

The hotel and restaurant business of Ukraine has suffered great difficulties during the Russian aggression. Many Ukrainian companies were forced to cease their activities, while others were reoriented. However, despite these challenges, Ukrainian hotel and restaurant business has a significant potential for recovery and growth in the future. The hotel and restaurant business of Ukraine continues to adapt to the war conditions. For example, some restaurants have repurposed themselves as fast food restaurants to meet the public's need for inexpensive food and offer food delivery services to provide customers with access to food without leaving their homes. At the same time, hotel complexes offer discounts and special offers to attract customers. This shows that the hotel and restaurant business of Ukraine is ready to adapt to changes and continues to develop even in the war conditions. A strategic roadmap for the development of the hotel and restaurant business in Ukraine in times of uncertainty and rapid change should focus on the following elements: protection measures, strengthening security protocols, targeting the local market, cost control and efficiency,



community involvement and support, digital innovation, support and training personnel, strategic partnership and collaboration, flexibility in business operations, communication and transparency, monitoring and adaptation [1].

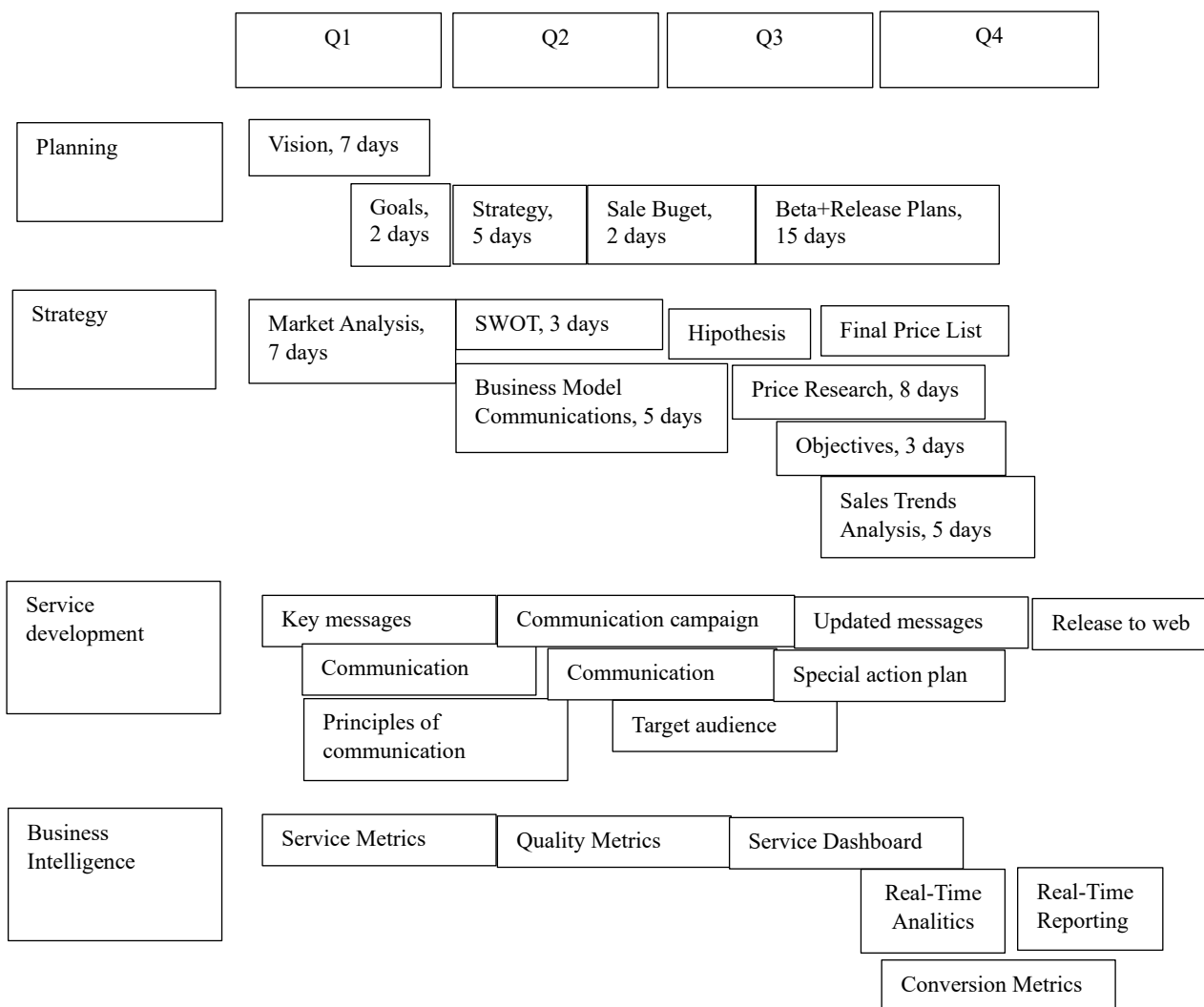
The formation of a strategy for the development of an enterprise in the field of hotel industry becomes especially relevant in modern conditions, since economic and political instability in the country creates an environment of uncertainty. Strategic analysis is a key element in this process. The assessment of the effectiveness of the development strategy is based on a number of key indicators, such as structure, corporate culture, management style, personnel development, image, types of resources (financial, communication, human, technical, spatial), knowledge (financial, customer, competitive, economic sector), suppliers, innovation, use of resources and knowledge to achieve goals, and strategy in various aspects (financial, marketing, production, personnel management, scientific research, implementation of plans) [2].

In an environment of uncertainty, business support must be provided not only before but also after the initial launch, as many key risks and uncertainties only become apparent during operations. In fact, business support should be targeted at the prevailing risks and uncertainties that arise at different stages of operations. It is especially important to provide support in access to knowledge for entrepreneurs with little experience in the hotel and restaurant business. Risks and uncertainty are different concepts. It is possible to optimize risks and avoid the negative consequences of uncertainty through the development of a strategy that should take into account information gathering, demonstration projects and joint activities between stakeholders [3].

The current state of the hotel and restaurant business in Ukraine can be characterized as the absence of a market. An exception is the regions of Western Ukraine: Volyn, Rivne, Zakarpattia, Khmelnytskyi, Ivano-Frankivsk, Zhytomyr, Lviv, Chernivtsi, Ternopil, and Vinnytsia regions. The situation is better there. Such segments of guests as recreation and corporate are completely absent. Since the beginning of the full-scale war, the structure of Ukrainian hotels has been dominated by two categories of guests: individual guests who either temporarily stayed in accommodation facilities and then returned home, or found permanent housing in a new city, or traveled further; employees of companies and diplomatic missions who have transferred their teams to safer areas [4].

A business communication strategy is a developed plan of activities, the implementation of which should be aimed at achieving business goals through the effective exchange of information between the brand and its target audience. Such a strategy will help to improve the performance of the hotel and restaurant business through communication with potential or existing customers.

We suggest to improve the strategy of business communications through the development of a strategy roadmap (Fig. 1).



**Fig. 1. Roadmap of the business communication strategy of the hotel and restaurant business \*  
\* compiled by the author**

It should contain: current goals, tasks, analysis of the target audience, verification of the relevance of messages, tools and tone of voice, risks, implementation deadlines, evaluation of results.

A communication campaign is a dialogue with representatives of the target audience, the purpose of which is to convince people of something they would not do in their normal life. A communication campaign should primarily motivate, push the target audience to action, and not just raise awareness. The development of a communication strategy should be based on objective data regarding the existing situation, the results of a thorough study of public opinion in general and the attitudes and beliefs of each target audience in particular. A communication campaign is a system of activities united by a strong strategic goal, carried out at a certain, determined time. Therefore, special attention is paid to communication campaigns focus on information as the main way of influencing target audiences.

**Список використаних джерел**

1. Кохан М.О., Бірюкова Ю.А., Шпарик Я.Я. Стратегічний потенціал готельно-ресторанного бізнесу України в часи непевності. *Економіка і суспільство*. 2023. № 57. <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-57-34>
2. Завідна Л. Д. Формування стратегії розвитку підприємства готельного господарства. *Biznes-navihator*. 2020. № 1 (57), 120–125. <https://doi.org/10.32847/business-navigator.57-21>
3. Williams A. M., Sánchez R. I., Škokić V. Innovation, risk and uncertainty: a study of tourism entrepreneurs. *Journal of Travel Research*. 2020. № 2. Pp. 293-311. <https://doi.org/10.1177/0047287519896012>
4. Kulyk M., Boiko M., Bosovska M., Okhrimenko A. Strategy of sales and communication of hotel services during the war agora. *International Journal of Economical Sciences*. 2023. № 1. Pp. 48-55
5. Полінкевич О.М., Камінські Р., Ліпич Л.Г. Концепція управління маркетинговими стратегіями підприємств індустрії гостинності. *Вісник Львівського університету. Серія економічна*. 2021. Вип. 60. С. 110–118. DOI: <http://dx.doi.org/10.30970/ves.2021.60.0.6010>
6. Полінкевич О.М. SMM-просування інноваційних послуг у готельно-ресторанному бізнесі в умовах COVID-19. *Ресторанний і готельний консалтинг. Інновації*. 2021. Т.4, № 2. С. 206–222. DOI: 10.31866/2616-7468.4.2.2021.249066
7. Polinkevych O. The role of millennials in the formation of the hotel and restaurant business brand. *Ресторанний і готельний консалтинг. Інновації*. 2021. Т. 4. № 1. Pp. 28–31 <https://doi.org/10.31866/2616-7468.4.1.2021.234827>

**Усатенко А.В., Лоаяк Л.М.**

*Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника*

*м. Івано-Франківськ*

## **ГАСТРОНОМІЧНА СПАДЩИНА ПОКУТТЯ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ**

Гастрономія стала невіддільною складовою туристичної галузі й з кожним роком вплив цієї складової на розвиток туризму тільки посилюється. Вдале поєднання подорожі із гастрономічними враженнями гарантуватиме успішність поїздки та залишатиметься у пам'яті туриста, який неодмінно захоче приїхати сюди ще.

Зокрема гастрономічний тур дозволяє ознайомитись з оригінальними технологіями приготування страв з місцевих продуктів харчування, традиціями їхнього споживання, участю

ОДЕСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНОЛОГІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

**ІНТЕГРАЦІЙНІ ТА ІННОВАЦІЙНІ НАПРЯМКИ РОЗВИТКУ ІНДУСТРІЇ  
ГОСТИННОСТІ**

**ЗБІРНИК ТЕЗ ДОПОВІДЕЙ**

**ХІІІ Всеукраїнської конференції студентів,  
аспірантів і молодих учених**

*16-17 травня 2024 р.*