

personalization. In order to provide personalized service, it is important to collect data about guests even before they arrive. For example, when hoteliers send e-mails confirming reservations, you can ask people about their preferences: what they like more - tea or coffee, what smell of shampoo they like, etc.

It is also important how hoteliers will use this data in the future. For example, if the establishment wants to make a compliment - to present a fruit plate to the guest, then you can ask the person which fruit he likes more, and treat him during check-in. It will be easier for small hotels to implement such a tradition, since they are usually freer and faster in making decisions.

#### *5. Economy of impressions.*

In addition to personalization, guests want a unique experience. Minimalism has reactivated the somewhat dusty adage "less is better." People are looking less and less for lavish displays of wealth and instead want to spend wisely. At the same time, they need unique experiences, special and interesting locations, and active recreation. Nowadays, guests are increasingly interested in new experiences related to the art, traditions and history of Ukraine.

The modern consumer seeks to get the maximum of new impressions from travel and intellectual leisure. The search for new experiences not only from excursions, but also from living conditions and immersion in the environment comes to the fore [5].

Today, a special role among all the variety of hotels and other means of accommodation is played by historical hotels - objects of cultural heritage, which during the entire history of their existence embodied the idea of the highest level of comfort of their time, design and service.

The concept of historical hotels is popular today in many countries of the world [1, p. 154]. Such institutions are the embodiment of originality and exclusivity, they have their own style and are always unique. The formation of not only a unique interior, but also an original atmosphere, the organization of additional services within the framework of leisure activities is also the most important factor that attracts tourists who want to get unique sensations.

One of the options for creating impressions is entertainment, organized by turning guests from observers into full-fledged participants in the theatrical action. The creation of hotels in historical settings and the theatrical organization of hospitality processes are aimed at improving the quality of service, promoting the hospitality product and increasing its competitiveness.

In addition, the concept and direction of the hotel creates conditions for diversification of hotel services, creation and implementation of various innovations and exclusive services.

This trend affects the design of the hotel, the services it provides, and even the menu offered in the restaurant. Currently, it is important that hoteliers can create a special experience for the guest: introduce him to local attractions and offer interesting experiences.

So, in the future, hotels should reach a new level. First of all, introducing additional services, taking into account current events in the city and country, as well as changing our approach to guest service, making their experience more unique and unforgettable. This year, hotels are not only about overnight stays, but also about impressions, after receiving which the guest will definitely return to you.

#### **List of references**

1. Buntova N. Tourism and hotel and restaurant business: problems and vectors of development/ Natalia Buntova // Prospects for the development of the tourism and hospitality industry of Ukraine based on the experience of the countries of the European Union - Collective monograph - Latvia: Izdevnieciba «Baltija Publishing», 2023. – 324 p. – P. 142- 161
2. Shevchuk S., Buntova N., Shevchenko O., Biriukova Y., Timeychuk A. Interactive Technologies of Brand Formation of Territories for their Promotion in the Market of Tourist and Hotel Services. Economic Affairs, 202368(01s). P.123 – 132.
3. UNWTO. Statistics of tourism – URL: <https://www.unwto.org/tourism-statistics>
4. Туристична статистика України. ДАПТ. URL: <https://www.tourism.gov.ua/blog/u-2022-roci-suma-turistichnogo-zboru-v-ukrayini-skorotilasya-na-24>
5. Тренди світового туризму у 2023 році – URL: <https://visitworld.today/uk/blog/1349/trends-in-global-tourism-in-2023>

УДК 338.48

Л. Городянська, чл.-кор. АЕН України, канд. екон. наук, доцент, Д. Сльозкіна, Д. Семикопенко  
<https://orcid.org/0000-0002-4482-1690>, [gorodianska.lv@knutd.edu.ua](mailto:gorodianska.lv@knutd.edu.ua)

*Київський національний університет технологій та дизайну, Київ*

## **ШЛЯХИ ФОРМУВАННЯ ПОЗИТИВНОГО ІМІДЖУ ТУРИСТИЧНОГО БІЗНЕСУ В УМОВАХ ВІЙНИ**

У сучасному світі туризм є важливим рушійним фактором для економічного зростання країн, але умови війни створюють загрози для туристичного бізнесу. Саме тому актуальним є дослідження можливих шляхів формування позитивного іміджу туристичного бізнесу в Україні в умовах війни.

Війна призводить до зниження туристичного попиту, страху та невизначеності. Управління розвитком туристичного бізнесу в Україні в умовах воєнного стану вимагає особливих стратегічних орієнтирів та підходів, які враховують складні обставини та забезпечують безпеку та стабільність перебування туристів.

Метою даного дослідження є аналіз можливих шляхів формування позитивного іміджу туристичного бізнесу в умовах війни.

Україна, опинившись в центрі уваги світової спільноти та європейського ринку, переживає важливі зміни у політичній, економічній та військовій сферах. Це впливає на туристичну галузь, яка є ключовою галуззю економіки України. Надходження від туризму склали близько 7 % ВВП країни та забезпечували понад 1,5 мільйона робочих місць. У 2019 році надходження від туризму склали 5,5 мільярдів доларів, сприяючи розвитку економіки країни. Аналіз втрат у туризмі внаслідок російської військової агресії можна розділити на кілька напрямків: зменшення податкових надходжень, руйнування туристичних об'єктів, втрати від майбутніх туристичних доходів та витрати на відновлення інфраструктури [1].

Війна негативно вплинула не лише на вітчизняний туристичний бізнес, а й на міжнародний туризм.

Популярними напрямками внутрішнього туризму в Україні залишаються Карпати, зокрема Буковель. Українські туристичні оператори шукають нові можливості розвитку на європейському ринку. Реєстрація туристичних компаній в країнах ЄС вимагає певних фінансових гарантій, що ускладнює процес. Тому багато з них спрямовують свою увагу на ринок Молдови, де реєстрація компаній є менш складною, а також на ринок ЄС, де деякі компанії вже успішно працюють.

Ефективне використання комунікаційних стратегій, інноваційних підходів та взаємодія з іншими галузями може сприяти покращенню іміджу туристичного бізнесу навіть в умовах війни.

Під час війни туристична діяльність не припиняється, а замість цього розвиває нові напрямки, такі як темний та військовий туризм. Ці види туризму стають все популярнішими та економічно вигідними в Україні, приваблюючи іноземних відвідувачів.

Формування позитивного іміджу туристичного бізнесу в умовах війни є складною, але можливою задачею, яка вимагає комплексного підходу та творчих рішень. Вважаємо, що основними шляхами, які можна використовувати для цього, можуть бути *комунікація та транспарентність*, основними складовими яких є:

- прозорість інформації, що забезпечує відкритий доступ до достовірних даних щодо безпеки в регіоні, включаючи статистику безпеки та заходи безпеки для туристів;

- ефективна комунікація, яка передбачає впровадження системи активної взаємодії, включаючи соціальні мережі. Це дозволяє ефективно інформувати туристів про безпеку та стимулювати їх бажання відвідати нашу країну.

Співпраця з міжнародними організаціями та посольствами, яка передбачає:

- співпрацю з правозахисними організаціями, зокрема співпрацю з міжнародними правозахисними організаціями для забезпечення прав та безпеки туристів;

- залучення посольств іноземних держав завдяки участі у спільних заходах з посольствами та консульськими установами для підтримки та захисту інтересів іноземних туристів.

Розвиток туристичної інфраструктури в умовах війни може відбуватися за такими напрямками:

- підвищення безпеки в готелях та ресторанах, в туристичних закладах, зміцнюючи контроль та навчання персоналу;

- розвиток транспортної інфраструктури безпечного та надійного транспорту для туристів, сприяння розвитку зручних маршрутів і транспортних послуг.

Розробка та впровадження туристичних акцій та проектів, таких як:

- запровадження актів культурного обміну, організація культурних заходів та обміну мистецтвом і фольклором для підвищення взаєморозуміння між спільнотами;

- розробка і впровадження екологічних та соціальних проектів, заохочення ініціатив, спрямованих на поліпшення умов місцевого життя та збереження природних резерватів.

Залучення медіа та інфлюенсерів у формуванні позитивного іміджу туристичного бізнесу в Україні засобами:

- медіа-кампаній, які можуть розповісти про красу та культуру регіону, звертаючи увагу на безпеку туристів під час їх відвідування;

- співпраці з популярними інфлюенсерами для створення позитивних інформаційних потоків про туристичні можливості регіону.

На таких заходах може відбуватися презентація надбань України, проведення переговорів з потенційними партнерами-туроператорами та авіакомпаніями, налагодження зв'язків з іноземними засобами масової інформації.

Активізація участі громад у форматі:

- залучення місцевих громад до розвитку туризму, створюючи для них переваги за рахунок розвитку туристичної галузі;

- організації туристичних заходів та фестивалів, які демонструють культурну різноманітність регіону та гостинність місцевих жителів.

Ці шляхи дозволяють створити позитивний імідж туристичного бізнесу навіть в умовах війни, сприяючи безпеці та привабливості регіону для відвідувачів.

Застосування інновацій у туристичній галузі під час воєнних конфліктів є ключовим для формування

позитивного іміджу туристичного бізнесу в умовах війни. Маркетинг у соціальних мережах може забезпечити візуальну привабливість регіону та привернути увагу міжнародної спільноти. Активна робота має вестися по просуванню України на провідних міжнародних туристичних платформах, таких як TripAdvisor – створення якісних мультимедійних профілів країни та окремих регіонів, регулярне оновлення фото, відео, текстових описів, відповіді туристам на відгуки та питання.

Створення нових робочих місць та економічний розвиток, підтримка медичної інфраструктури, розвиток інфраструктури мобільних додатків та впровадження віртуальної реальності і доповненої реальності – це стратегії, які можуть підтримати туризм навіть у важкі часи. Державна політика повинна сприяти раціональному використанню природних та культурних ресурсів завдяки застосуванню маркетингових інновацій. Ці підходи можуть сприяти формуванню позитивного іміджу регіону та залученню туристів, відновленню та розвитку туристичного бізнесу в умовах війни.

Індустрія туризму може розвиватися в післявоєнний період завдяки формуванню спільних партнерств та застосуванню інноваційних технологій. Спільні партнерства дозволяють використовувати колективні ресурси та обмінюватися знаннями з метою розвитку туристичної галузі. Технології віртуальної реальності (VR) та доповненої реальності (AR) відкривають можливості для залучення туристів. Технологія VR дозволяє відчувати місце призначення без фізичної подорожі, особливо в районах, що постраждали внаслідок війни.

Застосування технології AR дозволяє покращити якість туристичних послуг завдяки можливості додати різноманітну цифрову інформацію та інтерактивні путівники. Мобільні додатки дозволяють розширити послуги для туристів, включаючи системи бронювання, можливості залучення місцевих гідів та персоналізовані рекомендації, що полегшує та збагачує туристичний досвід.

Крім того, важливо вдосконалити комунікаційні стратегії, активно використовуючи соціальні мережі та інші онлайн-платформи для взаємодії з потенційними туристами.

Дослідження показало, що туристичні компанії, які активно взаємодіють з місцевим населенням, займаються розвитком екологічно чистих програм та використовують інноваційні технології, можуть зменшити негативний вплив війни на їхній імідж. Такі заходи можуть допомогти туристичному бізнесу уникнути негативного впливу війни на їхній імідж та навіть залучити нових клієнтів.

#### Список літератури

1. Міністерство економічного розвитку і торгівлі України. URL: <http://me.gov.ua/Documents/List?lang=ukUA&tag=PravoviZasadiDiialnosti> (дата звернення: 29.09.2023).
2. Проект Плану відновлення України. Матеріали робочої групи «Відновлення та розбудова інфраструктури». URL: <https://www.kmu.gov.ua/diyalnist/nacionalna-rada-zvidnovlennya-ukrayini-vid-naslidkiv-vijni/robochi-grupi> (дата звернення: 30.09.2023).
3. Загальна сума прямих збитків, завдана інфраструктурі України через війну за підсумками червня 2023 року перевищила \$150 млрд. Київська школа економіки: веб-сайт. (2023). URL: <https://kse.ua/ua/about-the-school/news/zagalna-sumaryamih-zbitkiv-zavdana-infrastrukturi-ukrayini-cherez-viynu-zroslo-do-mayzhe-138-mlrd> (дата звернення: 30.09.2023).
4. Роїк О. Р., Недзвецька О. В. Шляхи розвитку туристичної сфери України у воєнний період. Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія: економічні науки. 2022. Вип. 46. С. 11.

УДК 640.4

Л. Семенюк, В. Редька

KNUTD@edu.ua

*Київський національний університет технологій та дизайну, Київ*

## АНАЛІЗ СУЧАСНИХ КУЛІНАРНИХ ТРЕНДІВ У ХАРЧУВАННІ, СТИЛЯХ ПРИГОТУВАННЯ ТА СИРОВИННИХ КОМПОНЕНТАХ

Сучасний світ харчування переживає неймовірний розвиток, і в цьому контексті аналіз сучасних кулінарних трендів стає надзвичайно важливою задачею. Тренди у харчуванні, стилі приготування та вибір сировинних компонентів не тільки відображають смакові уподобання суспільства, але і віддзеркалюють культурні, економічні та екологічні зміни [1]. Вони стають ключовими впливовими факторами на галузь гастрономії, ресторанного бізнесу та споживчого ринку продуктів.

Сучасна кулінарія переживає величезні зміни та еволюцію під впливом різноманітних трендів. Ці тренди обумовлені різними факторами, включаючи здоровий спосіб життя, культурні впливи, соціальні та екологічні аспекти, а також технологічний прогрес.

Один із головних трендів сучасної кулінарії - це зростаюча свідомість щодо здорового харчування. Люди все більше звертають увагу на якість продуктів, їхнє походження та вплив на здоров'я [2]. Веганство, вегетаріанство та різні дієти стають популярними способами життя. Органічні та натуральні продукти також отримують більше уваги. Сучасні кулінарні тренди включають нові стилі приготування та готування з використанням різних технологій. Серед цих трендів можна виділити молекулярну кухню, використання