

ДВНЗ «Ужгородський національний університет  
Факультет туризму та міжнародних комунікацій

# АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ СФЕРИ ГОСТИННОСТІ: ПЕРСПЕКТИВИ ТА ВИКЛИКИ

IV МІЖНАРОДНА НАУКОВА  
КОНФЕРЕНЦІЯ

**22–23** КВІТНЯ  
**2026**

Ужгород





Міністерство освіти і науки України,  
Управління туризму та курортів Закарпатської обласної військової адміністрації  
ДВНЗ «Ужгородський національний університет»  
Факультет туризму та міжнародних комунікацій  
Київський національний університет імені Тараса Шевченка, географічний факультет,  
кафедра країнознавства та туризму  
Державний біотехнологічний університет  
Чернівецький національний університет імені Юрія Федьковича  
Карпатський національний університет імені Василя Стефаника  
ДВНЗ «Хмельницький національний університет»  
Чернівецький торговельно-економічний інститут ДТЕУ  
Antalya Bilim University (Turkey)  
Інститут економічного розвитку та соціальних досліджень (Туреччина)  
WSIU Academy of Applied Sciences (Poland)  
Agora Italian Academy (Італія)  
Батумський державний університет імені Шота Руставелі (Грузія)  
Молдавський державний університет (Молдова)

## **МАТЕРІАЛИ IV МІЖНАРОДНОЇ НАУКОВОЇ КОНФЕРЕНЦІЇ «АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ СФЕРИ ГОСТИННОСТІ: ПЕРСПЕКТИВИ ТА ВИКЛИКИ»**

**Збірник наукових праць**

**22-23 квітня 2026 р.**

**Ужгород  
2026**

УДК 338.48:640.4(043.2)

A43

**Актуальні проблеми розвитку сфери гостинності: перспективи та виклики: матеріали IV Міжнародної наукової конференції (22-23 квітня 2026 р.) [Електронне видання]. – Ужгород: Вид-во УжНУ «Говерла, 2026. 463 с. ISBN 978-617-8576-24-0 (PDF)**

#### РЕДАКЦІЙНА КОЛЕГІЯ

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

**Mehmet Yazıcı**, Prof. Dr. Dean of the Faculty of Tourism, Antalya Bilim University (Antalya, Türkiye)

**Gözdegül Başer**, Assoc. Prof. Dr., Head of the Department of Tourism Management, Vice Dean, Faculty of Tourism, Antalya Bilim University (Antalya, Türkiye)

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

**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)

**Anzor Devadze**, PhD in Economics, Professor, Faculty of Tourism, Head of the Department of Tourism, Batumi Shota Rustaveli State University (Georgia)

**Maria Hamuraru**, Doctor of Economics, Associate Professor, Vice-rector of economic and financial activity, Moldova State University

**Сергій Запотоцький**, доктор географічних наук, професор, декан географічного факультету Київського національного університету імені Тараса Шевченка

**Мирослав Заячук**, доктор географічних наук, професор, декан географічного факультету Чернівецького національного університету імені Юрія Федьковича

**Володимир Великочий**, доктор історичних наук, професор, декан факультету туризму Карпатського національного університету імені Василя Стефаника

**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

**Василь Кифяк**, доктор економічних наук, професор, Чернівецький торговельно-економічний інститут ДТЕУ

**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 Жовтани**, 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»

**Мар'яна Попик**, 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: Іван Годя**, кандидат економічних наук, доцент кафедри ТІПРГ, ДВНЗ «Ужгородський національний університет»

*Рекомендовано до друку та опублікування  
Вченою радою ДВНЗ «Ужгородський національний університет»  
(протокол №7 від 30 квітня 2026 р.)*

Матеріали подані в авторській редакції. Відповідальність за достовірність наведеної інформації, зокрема статистичної, власних імен, фактів, цитат та інших даних несуть автори публікацій.

**Ольга Хитрова**

Гастрономічний туризм як драйвер регіонального розвитку ..... 195

**Юрій Цвігун**

Сільський зелений туризм на Поділлі в умовах війни:  
соціально-економічна роль ВПО, локальних ініціатив  
та реабілітаційний потенціал ..... 199

**Юлія Чернова, Галина Омельченко**

Вплив сучасних воєнних подій на розвиток військово-історичного  
туризму в Україні ..... 202

**Любов Чорна, Дмитро Гасяк**

Розвиток туризму України в умовах викликів війни ..... 205

**Анна Широкопад, Лілія Харчевнікова**

Безпекові конфлікти у туризмі: вплив кризових ситуацій  
на поведінку туристів ..... 208

**Галина Щука, Вікторія Пацюк**

Синергія трансформаційного та сталого туризму  
в контексті відродження деокупованих територій України ..... 211

### КРОСКУЛЬТУРНІ КОМУНІКАЦІЇ В ТУРИЗМІ

**Kateryna Hildebrant**

Language barriers in cross-cultural communication and proficiency  
in English as means to overcome them ..... 215

**Анатолій Вдовічен, Ольга Вдовічена**

Трансформація комунікацій у сфері гостинності під впливом загроз  
та викликів ..... 218

**Леся Голомідова, Руслана Жовтані**

Роль лінгвокраїнознавчого компоненту в формуванні міжкультурної  
компетентності майбутніх фахівців галузі «Транспорт та послуги» ..... 223

**Вікторія Данилюк, Віта Руснак**

Використання інформаційно – комунікативних технологій навчання  
у закладах вищої освіти ..... 227

**Юрій Королюк, Ольга Вдовічена**

Кроскультурні комунікації в туризмі в умовах глобальних викликів:  
інтеграція esg, sdgs та tam-підходів ..... 231

3. Zhou R., Samad A., Perinpasingam T. A Systematic Review of Cross Cultural Communicative Competence in EFL Teaching: Insights from China. Humanities and Social Sciences Communications. 2024. № 11. P. 1-11. DOI: <https://doi.org/10.1057/s41599-024-04071-5>

**Анатолій Вдовічен**

д-р екон. наук, професор

**Ольга Вдовічена**

канд. екон. наук, доцент

*Чернівецький торговельно-економічний інститут ДТЕУ, Україна*

## **ТРАНСФОРМАЦІЯ КОМУНІКАЦІЙ У СФЕРІ ГОСТИННОСТІ ПІД ВПЛИВОМ ЗАГРОЗ ТА ВИКЛИКІВ**

В умовах воєнних загроз, постпандемічної нестабільності, зміни структури мобільності та зростання культурної різноманітності попиту сфера гостинності переходить до нової моделі сервісу, у якій вирішального значення набувають інклюзивність, культурна чутливість та емпатійна взаємодія з гостем. Така трансформація зумовлена не лише зміною ринкових умов, а й переорієнтацією очікувань споживачів: від стандартного комфортного обслуговування до безпечного, етичного, психологічно підтримувального та культурно адаптованого сервісу.

Відповідно до концепції сталого туризму та положень UN Tourism, сучасна індустрія гостинності має ґрунтуватися на принципах доступності, культурної поваги та соціальної відповідальності [1].

Водночас аналітичні дані свідчать, що у 2020-2024 роках туристичні потоки в Україну характеризувалися значною нестабільністю, що обумовило зміну структури попиту та потребу в адаптації комунікаційних стратегій. Зокрема, у 2020 році різке скорочення туристичних потоків і зменшення частки іноземних гостей у готелях із 16,3% до 9,2% свідчить про переорієнтацію

сектору на внутрішнього споживача та зміну не лише обсягу потоку, а й самого характеру взаємодії між закладом гостинності та клієнтом (табл.1).

Одночасно 2022 рік став точкою глибокої деформації структури попиту. Сама структура потоків представлена наступним чином: бізнес – 0,1%, відпочинок – близько 0%, інші особисті цілі – 99,9%. Класичний дозвіллевий і діловий туризм був майже повністю витіснений категорією «інші особисті цілі», тобто поїздками змішаного, гуманітарного, приватного або вимушеного характеру.

Таблиця 1

### Узагальнення основних показників розвитку готельного сектору [1]

Показник	2018	2019	2020	Тенденція
Кількість закладів	2 777	3 165	2 902	падіння після 2019
Номерний фонд	71 132	83 147	78 955	Падіння
Ліжко-місяця	135 327	171 721	162 088	Падіння
Внутрішні гості (тис.)	4 536	4 598	2 435	різке падіння
Іноземні гості (тис.)	874	896	248	різке падіння
Частка іноземців (%)	16,2	16,3	9,2	Падіння
Ночівлі (іноземці)	2,00	2,04	1,98	Стабільно
Ночівлі (внутрішні)	1,84	1,87	1,88	Стабільно

Ці зміни зумовлюють трансформацію комунікаційної моделі у сфері гостинності – від стандартного сервісу до емпатійного, інклюзивного та культурно адаптованого підходу. Кризові явища (COVID-19 та війна, яка посилила цю тенденцію) спричинили не зміну поведінки гостя, а скорочення самого потоку, що вимагає переорієнтації сервісу та комунікацій.

У такому контексті комунікація перестає бути лише інструментом продажу послуги. Вона набуває функції соціальної адаптації, психологічного супроводу, формування довіри та безпеки.

У сучасних дослідженнях трансформація комунікацій у сфері гостинності розглядається через три взаємопов'язані напрями: інклюзивність сервісу, культурну чутливість взаємодії та емпатійно-безпечний формат обслуговування.

По-перше, інклюзивність у туризмі й гостинності сьогодні трактується значно ширше, ніж лише фізична доступність. Clio Flego підкреслює, що ефективна інклюзивність формується через довгострокове планування,

співпрацю стейкхолдерів та залучення місцевих громад, тобто як комплексна організаційна й комунікаційна система [2].

Karolina Korbiel, Katarzyna Gmyrek і Zygmunt Kruczek також доводять, що сучасний *inclusive tourism* слід розуміти як міждисциплінарну модель, пов'язану із соціальною справедливістю, універсальним дизайном, якістю сервісу та сталим розвитком [3].

У свою чергу, Reindrawati та співавт. показують, що практики *disability-friendly hospitality*, орієнтовані на потреби вразливих груп, у підсумку підвищують комфорт і якість сервісу для всіх категорій гостей [4].

По-друге, важливим напрямом є культурна чутливість, яку дослідники дедалі частіше пов'язують із поняттям культурного інтелекту. У працях Frías-Jamilena культурний інтелект визначається як практичний ресурс, що впливає на якість туристичного досвіду, оцінку дестинації та ефективність міжкультурної взаємодії [5].

Інші автори розширюють цю позицію, показуючи, що культурна чутливість має бути властива не лише персоналу, а й цифровим каналам сервісу та ширшому локальному середовищу гостинності [6]. Отже, культурно чутлива комунікація у сфері гостинності повинна охоплювати людську, цифрову й територіальну складові [5; 6].

По-третє, у новітній літературі помітно посилюється увага до емпатійного сервісу як відповіді на кризові та травматичні контексти. Li, Zhang і Wang доводять, що сприймана соціальна гостинність формується не лише через стандартний сервіс, а й через атмосферу дружності, прийняття й соціально комфортної взаємодії [7].

Irimiás і Mitev у межах концепції *hospidarity* підкреслюють значення безпечних проміжних просторів, у яких людина відчуває не стигматизацію, а підтримку, повагу та відновлення суб'єктності [8]. У сумі ці підходи підтверджують: у кризових умовах сфера гостинності має виконувати не лише комерційну, а й соціально-відновлювальну функцію [7; 8].

Загалом позиції авторів збігаються в тому, що сучасна трансформація комунікацій у сфері гостинності означає перехід від стандартизованого сервісу до інклюзивної, культурно чутливої та емпатійної моделі взаємодії (табл.2). Така модель особливо актуальна в умовах криз, коли гість потребує не лише послуги, а й безпеки, поваги, зрозумілої комунікації та психологічно комфортного середовища [1-8]. Трансформація комунікацій у сфері гостинності є наслідком не лише зміни туристичних потоків, а й переосмислення самої природи сервісу в умовах кризи.

Таблиця 2

**Розширена трансформація комунікацій у сфері гостинності [1-8]**

<b>Критерій</b>	<b>До структурного зламу</b>	<b>Нова структура попиту</b>	<b>Причини зміни фокусу</b>
Домінуючий тип гостя	Турист дозвілльового або ділового типу	Гість із змішаними, приватними, гуманітарними, іноді вимушеними мотивами	Зміна структури в'їзних поїздок, зростання ролі нетуристичних мотивів
Фокус сервісу	Комфорт, швидкість, функціональність, ціна	Безпека, довіра, етичність, підтримка, гнучкість	Вразливість споживача, невизначеність середовища, психологічний стрес
Стиль комунікації	Стандартизований, формально ввічливий	Емпатійний, культурно чутливий, персоналізований	Потреба у делікатній взаємодії з гостями різних культур і станів
Роль персоналу	Виконавець сервісної процедури	Емпатійний комунікатор, медіатор, провідник безпечного досвіду	Зростання значення soft skills, CQ і trauma-informed practice
Інклюзивність	Додаткова конкурентна перевага	Базовий стандарт якості сервісу	Розширення розуміння inclusive tourism у науці та практиці
Культурна адаптація	Обмежувалась мовним супроводом і загальним етикетом	Включає культурні сценарії, релігійні, мовні, поведінкові та психологічні відмінності	Зростання культурної різноманітності клієнтів, роль CQ
Цифрова комунікація	Зручність та швидкість доступу до сервісу	Доступність, ясність, безпека даних, зниження тривоги користувача	Поширення цифрового сервісу і потреба у довірі до платформ
Гостьовий досвід	Оцінка матеріальних і функціональних параметрів	Оцінка безпечності середовища, поваги, турботи і соціальної гостинності	Посилення ролі соціальної гостинності та безпечного простору
Мета сервісної комунікації	Продаж і супровід послуги	Підтримка, орієнтація, зниження тривоги, відновлення довіри	Комунікація стала інструментом соціальної адаптації
Конкурентна перевага	Стандартизація й ефективність	Людяність, інклюзивність, культурна чутливість, репутація безпечного місця	Сервіс конкурує не лише продуктом, а й ціннісною моделлю взаємодії

На основі поданих даних і сучасної літератури можна стверджувати, що перспективна модель гостинності має спиратися на три взаємопов'язані опори: інклюзивність як стандарт доступу й участі, культурну чутливість як основу міжкультурної якості сервісу, емпатійний сервіс як механізм підтримки безпечного й людського досвіду гостя. Саме така модель найкраще відповідає новій структурі попиту у сфері гостинності та створює передумови для стійкого відновлення галузі.

### Список використаних джерел:

1. UN Tourism. Global Code of Ethics for Tourism [Електронний ресурс]. URL: <https://www.unwto.org>
2. Flego C. Boosting accessibility and inclusiveness in tourism and cultural heritage sites: benchmarking best-practices // *Journal of Cultural Heritage Management and Sustainable Development*. 2025. Volume 16, Issue 7. Pages 274-293. DOI: <https://doi.org/10.1108/JCHMSD-11-2023-0193>.
3. Korbziel K, Gmyrek K, Kruczek Z. A Review of Research on Inclusive Tourism: Clusters of Thematic Links and Research Gaps. *Sustainability*. 2025; 17(14):6521. DOI: <https://doi.org/10.3390/su17146521>
4. Reindrawati DY, Noviyanti UDE, Azmi A, Wiranti DA. Disability-Friendly Hospitality Services as a Catalyst for Empowering Inclusive Tourism in Indonesia. *Sustainability*. 2025; 17(9):3785. DOI: <https://doi.org/10.3390/su17093785>
5. Frías-Jamilena D. M., Del Barrio-García S., López-Moreno L., Paco M. J. Antecedents and consequences of cultural intelligence in tourism. *Journal of Destination Marketing & Management*. 2018. Volume 8, Pages 350-358. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.jdmm.2017.07.006>.
6. Coves-Martínez Á. L., Sabiote-Ortiz C. M., Frías-Jamilena D. M. Cultural intelligence as an antecedent of satisfaction with the travel app and with the tourism experience. *Computers in Human Behavior*. 2022. Volume 127. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.chb.2021.107049>.

7. Li X., Zhang H., Wang Y. The impact of perceived social hospitality on destination outcomes. *Journal of Hospitality and Tourism Management*. 2023. DOI: <https://doi.org/10.59276/JELB.2024.10.2736>
8. Irimiás A., Mitev A. Z. Caring wings of hospidarity: Creating safe transitional spaces through hospitality alliances. *Annals of Tourism Research*. 2025. Vol. 110. Art. 103859. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.annals.2024.103859>

**Леся Голомідова**

старший викладач

**Руслана Жовтані**

канд. філол. наук, доцент

завідувачка кафедри міжнародних комунікацій

*ДВНЗ «Ужгородський національний університет», Україна*

## **РОЛЬ ЛІНГВОКРАЇНОЗНАВЧОГО КОМПОНЕНТУ В ФОРМУВАННІ МІЖКУЛЬТУРНОЇ КОМПЕТЕНТНОСТІ МАЙБУТНІХ ФАХІВЦІВ ГАЛУЗІ «ТРАНСПОРТ ТА ПОСЛУГИ»**

У глобалізованому просторі туризму й гостинності володіння іноземними мовами – це не тільки засіб комунікації, а своєрідний ключ до розуміння світогляду як мандрівника так і фахівця сфери послуг. Особливого значення у цьому зв'язку набуває лінгвокраїнознавчий аспект, який, як слушно зазначила українська дослідниця Світлана Гордун, дозволяє збагачувати мовленнєву практику здобувачів, занурюючи їх у культурні реалії країни, мова якої вивчається»[2, с. 225]. Крізь призму цих лінгвокраїнознавчих знань і навичок здобувач вищої освіти вивчає мову не як ізольовану систему, а розглядає її як носія культури. Володіння мовними нюансами – ідіомами, формулами етики та взаємоповаги – сигналізує співрозмовнику про глибоку повагу до його культурних цінностей. Для визначеної сфери послуг це означає розуміння реалій: від високого рівня формальності у спілкуванні до розрізнення