

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)  
WSHIU 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**

**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) <https://dspace.uzhnu.edu.ua/handle/lib/88825>**

#### 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.

**Валерія Пенюк**

Особливості різних комунікацій в туристичній сфері ..... 237

**Валентина Чичун**

Кроскультурні комунікації як інструмент ефективного управління організаціями в туризмі ..... 241

**Olena Zymotrya**

The problem of mediation for Ukrainian hospitality industry workers and students in Ukraine and abroad in the context of the russian-ukrainian war ..... 243

**СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ**

**Конон Багрій**

Перспективи розвитку ресторанного бізнесу Буковини в повоєнний період: аналітичний аспект ..... 247

**Яна Барладян, Іван Годя**

Тенденції впровадження інструментів штучного інтелекту (AI) у HoReCa ..... 251

**Олена Бозуленко**

Інтеграція маркетингу та логістики у забезпеченні конкурентоспроможності підприємств сфери гостинності ..... 254

**Іван Годя**

Моделі корпоративного управління в готельно-ресторанному бізнесі: тенденції та виклики сучасності ..... 258

**Анна Давиденко, Роман Корсак**

Фітнес послуги у готельному бізнесі ..... 262

**Галина Долга**

Стратегічна адаптація готельно-ресторанного бізнесу до умов невизначеності та кризових викликів ..... 265

**Володимир Євдощак**

Удосконалення механізмів державного регулювання та контролю у сфері міжнародного туризму в Україні ..... 269

**Оксана Заячук, Надія Заячук**

Адаптація відомих готельних брендів до місцевої культури та колориту ..... 272

**Ольга Звягінцева, Данило Гавриленко, Денис Дроган**

Напрями маркетингового впливу на попит клієнтів підприємств ресторанного бізнесу ..... 277

**Валентина Чичун**

канд. екон. наук, доцент

*Чернівецький торговельно-економічний інститут ДТЕУ, Україна*

## **КРОССКУЛЬТУРНІ КОМУНІКАЦІЇ ЯК ІНСТРУМЕНТ ЕФЕКТИВНОГО УПРАВЛІННЯ ОРГАНІЗАЦІЯМИ В ТУРИЗМІ**

Сучасний світ активно стирає межі між культурами, географічними територіями та релігіями, об'єднуючи людей. Глобалізація та міжнародний поділ праці спонукають нас дивитися на планету як на єдине ціле, шукати спільне й стандартизувати звичний уклад життя. Ми все більше користуємося однаковими системами вимірювання, модними стилями, брендами, курортами та послугами, стаючи частиною глобалізованого простору. Однак при цьому світ залишається багатим на культурну різноманітність. Ці відмінності часто створюють бар'єри у веденні переговорів або взаємодії між працівниками компаній з різних регіонів, при цьому породжуючи проблеми кросскультурного характеру. Умовно їх можна розділити на два рівні, а саме комунікація між керівниками та взаємодія між співробітниками компаній.

Ефективність туристичного бізнесу на міжнародному ринку значною мірою залежить від правильності побудови професійних комунікацій із закордонними партнерами. Важливим стає знання особливостей ведення туристичного бізнесу в іншій країні, включаючи її закони та культуру (Близнюк, 2017). Успішна адаптація також потребує врахування соціальних реалій, психології місцевих споживачів та специфіки їхньої поведінки, що грає ключову роль у просуванні туристичного продукту на новому ринку.

Лише належна підготовка здатна забезпечити успішний результат переговорів між партнерами в сфері туризму. Проведення переговорів є одним із найскладніших видів професійної комунікації. Оскільки різноманітність бізнес-культур партнерів вимагає від учасників спеціальних знань і навичок. Рівень обізнаності, вміння застосовувати знання на практиці, відсутність мовних бар'єрів, а також дотримання норм ділового етикету з урахуванням

культурних особливостей іншої сторони – усе це впливає не лише на перебіг переговорів, а й на майбутнє компанії (Чичун, Полянко, 2025). Іншим важливим аспектом розвитку кроскультурної комунікації є взаємодія між працівниками.

Кроскультурна комунікація повинна об'єднувати найкращі риси різних національних традицій, що робить її максимально зрозумілою для всіх учасників взаємодії. Це формує базу для передбачуваності дій співробітників, що має велике значення для бізнесу. Спільне розуміння понять і правил не лише підвищує ефективність комунікації, а й сприяє згуртованості команди в сфері туризму. Завдання ефективної кроскультурної комунікації полягає у створенні єдиної системи. Яка буде зручною та зрозумілою для кожного її учасника, що акцентуватиме увагу на спільних цілях і цінностях. Процес інтеграції цієї форми комунікації може проходити через певні трансформації, що є природною частиною її розвитку.

#### **Список використаних джерел:**

1. Близнюк, Т. П. (2017). *Крос-культурні особливості менеджменту сучасної мультинаціональної організації*: монографія. ФОП Лібуркіна Л. М. <http://repository.hneu.edu.ua/handle/123456789/26203>
2. Чичун, В. А., & Полянко, Г. О. (2025). Кроскультурний менеджмент в умовах воєнного стану. *Чернівецький торговельно-економічний інститут: Економічні науки*, (98), 126-141. DOI: <http://doi.org/10.34025/2310-8185-2025-2.98.08>