

**MINISTRY OF EDUCATION AND SCIENCE OF UKRAINE  
NATIONAL UNIVERSITY OF FOOD TECHNOLOGIES**



**HOTEL  
ASTORIA**

**XV INTERNATIONAL SCIENTIFIC  
AND PRACTICAL CONFERENCE**

**INNOVATIVE  
TECHNOLOGIES  
IN HOTEL,  
RESTAURANT  
AND TOURISM  
BUSINESS**

**May 21, 2026 / Kyiv NUFT**

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ**



**НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ  
ХАРЧОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ**



**XV МІЖНАРОДНА  
НАУКОВО-ПРАКТИЧНА  
КОНФЕРЕНЦІЯ**

***ІННОВАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ  
В ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОМУ ТА  
ТУРИСТИЧНОМУ БІЗНЕСІ***

**21 травня 2026 р.**

---

**Київ НУХТ 2026**

**XV International** Scientific and Practical Conference "Innovative Technologies in the Hotel, Restaurant and Tourism Business", May, 21, 2026. Book of abstract. NUFT, Kyiv, 2026. – 254 p.

The publication contains materials of **XV International** Scientific and Practical Conference "Innovative Technologies in the Hotel, Restaurant and Tourism Business".

The publication is intended for scientists and researchers who are engaged in definite problems in the Hotel, Restaurant and Tourism Business.

ISBN 978-966-612-427-5

© NUFT, 2026

---

**Матеріали XV Міжнародної науково-практичної конференції, «Інноваційні технології в готельно-ресторанному та туристичному бізнесі», 21 травня 2026 р. – К.: НУХТ, 2026 р. – 254 с.**

Видання містить матеріали XV Міжнародної науково-практичної конференції, «Інноваційні технології в готельно-ресторанному та туристичному бізнесі».

Розраховано на фахівців і дослідників, які пов'язані з означеними проблемами у готельно-ресторанному бізнесі.

ISBN 978-966-612-427-5

© NUFT, 2026

## Organizing Committee

*Chairman of the organizing committee:*

**Oleksandr SHEVCHENKO**

Rector of National University of Food Technologies

*Deputy chairmen of the organizing committee:*

**Serhiy TOKARCHUK**

Vice-Rector for Scientific Work of the NUFT

**Vita TSYRULNIKOVA**

Dean of the Faculty of Hotel, Restaurant and Tourism Business named after Prof. V.F. Dotsenko, NUFT

*Members of the organizing committee:*

**Oleksandra NEMIRICH**

Head of the Department of Technology of Restaurant and Ayurvedic Products, NUFT;

**Larysa SHARAN**

Head of the Department of Hotel and Restaurant Business, NUFT;

**Iryna MELNYK**

Head of the Department of Tourism and Hotel Business, NUFT;

**Halyna LUKIANETS**

Head of the Department of Foreign Languages for Professional Purposes, NUFT.

*Person in charge of the conference:*

**Yurii SOLOHUB**

Associate Professor of the Department of Tourism and Hotel Business, NUFT.

*Recommended by the Academic Council of National University of Food Technologies Minutes № 9, 28.05.2026*

## Організаційний комітет конференції

*Голова оргкомітету:*

**Олександр ШЕВЧЕНКО**

ректор Національного університету харчових технологій

*Заступники голови:*

**Сергій ТОКАРЧУК**

проректор з наукової роботи Національного університету харчових технологій

**Віта ЦИРУЛЬНІКОВА**

декан факультету готельно-ресторанного та туристичного бізнесу імені проф. В.Ф. Доценка Національного університету харчових технологій

*Члени оргкомітету:*

**Олександра НЄМІРІЧ**

зав. кафедри технології ресторанної і аюрведичної продукції Національного університету харчових технологій;

**Лариса ШАРАН**

зав. кафедри готельно-ресторанної справи Національного університету харчових технологій;

**Ірина МЕЛЬНИК**

зав. кафедри туристичного та готельного бізнесу Національного університету харчових технологій;

**Галина ЛУК'ЯНЕЦЬ**

зав. кафедри іноземних мов професійного спрямування Національного університету харчових технологій

*Секретар:*

**Юрій СОЛОГУБ**

доцент кафедри туристичного та готельного бізнесу Національного університету харчових технологій

*Рекомендовано Вченою радою НУХТ  
Протокол № 9 від «28» травня 2026 р.*

© НУХТ, 2026

|     |   |     |
|-----|---|-----|
| 8.  | <b>Батиченко С.П., Бондар В.П.</b><br>Крафтовий туризм як чинник розвитку локальної економіки.....  | 229 |
| 9.  | <b>Печерська Є.І.</b><br>Азійсько-Тихоокеанський регіон: перспективи і проблеми розвитку туризму.....   | 231 |
| 10. | <b>Бенцал В., Владимир О.М.</b><br>Проблеми та перспективи розвитку екскурсійної діяльності туристично-інформаційного центру міста Тернополя.....       | 232 |
| 11. | <b>Мірзодасєва Т.В.</b><br>Промоція туристичних дестинацій через маркетинг готелю: екосистемний підхід  | 234 |
| 12. | <b>Беседа М.Д.</b><br>Особливості туризму Норвегії.....   | 235 |
| 13. | <b>Макеєва А.О.</b><br>Термінологічні підходи до позначення музеїв просто неба в різних країнах: походження та особливості використання.....            | 236 |
| 14. | <b>Василенко Т., Мірзодасєва Т.В.</b><br>Європейські тренди гастрономічного туризму як маркетинговий механізм повоєнного розвитку регіонів України..... | 238 |
| 15. | <b>Івахніна М.Г.</b><br>Франція – класична країна туризму.....  | 240 |

*Section 10 «Practical Experience of Sustainable Tourism in Wartime»*

*Секція 10 «Практичний досвід сталого туризму в умовах війни»*

|    |   |     |
|----|---|-----|
| 1. | <b>Chemakina O., Kuzmin O., Niemirich O., Dudarev I., Zvieriev B.</b><br>Tourism and craft technologies: integration of knowledge and practices in the context of sustainable and post-war development..... | 243 |
| 2. | <b>Антоненко І.Я., Степанюк В.</b><br>Правові аспекти розвитку спортивного туризму в Україні.....   | 245 |
| 3. | <b>Фастовець О.О.</b><br>Туризм в умовах нестабільності: вплив конфлікту США – Ізраїль – Іран на сферу туризму.....   | 247 |
| 4. | <b>Басєв В.В.</b><br>Роль регіонального туризму в повоєнному розвитку України.....  | 249 |
| 5. | <b>Батиченко С.П., Осадча А.М.</b><br>Екологічний туризм в Україні: потенціал, виклики війни та стратегії відновлення   | 250 |
| 6. | <b>Дукач О.В., Владимир О.М.</b><br>Трансформація бізнес-моделей мережевих туристичних агенцій в умовах воєнного стану (на прикладі мережі «Поїхали з нами»).....   | 252 |

## ТРАНСФОРМАЦІЯ БІЗНЕС-МОДЕЛЕЙ МЕРЕЖЕВИХ ТУРИСТИЧНИХ АГЕНЦІЙ В УМОВАХ ВОЄННОГО СТАНУ (НА ПРИКЛАДІ МЕРЕЖІ «ПОЇХАЛИ З НАМИ»)

Дукач О.В., здобувач

Владимир О.М., к.е.н., доцент

*Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя  
(ТНТУ імені Івана Пулюя), м. Тернопіль*

**Вступ.** Повномасштабна війна в Україні спричинила найглибшу кризу в історії вітчизняного туризму. Втрата авіасполучення, безпекові ризики, руйнування інфраструктури та падіння купівельної спроможності населення поставили під загрозу існування більшості суб'єктів господарювання. Особливо гостро криза зачепила великі мережеві туристичні агенції, чий бізнес традиційно базувався на масовому виїзному авіатуризмі.

**Актуальність теми** В сучасних реаліях життєздатність бізнесу стає безпосередньо залежною від здатності швидко трансформувати свої бізнес-моделі. Адаптація мережевих структур до умов воєнного часу все частіше демонструє зміну фокусу – від стратегії агресивного ринкового зростання до підходів із акцентом на стабільне функціонування, диверсифікацію ризиків і забезпечення лояльності клієнтів. Аналіз цього процесу на прикладі провідного гравця ринку – франчайзингової мережі «Поїхали з нами», зокрема роботи її офісів у Західному регіоні України, є важливим для вивчення антикризових механізмів, що сприяють стійкості індустрії гостинності та її підготовці до відновлення в поствоєнний період.

**Матеріали та методи.** Джерелами даних для цього дослідження виступили відкриті публікації про діяльність туристичної мережі «Поїхали з нами» за період 2022-2026 років, аналітичні звіти Державного агентства розвитку туризму України (ДАРТ), а також статистика, яка відображає загальні зміни споживчого попиту в Західному регіоні країни. У дослідженні використано методи системного і порівняльного аналізу, узагальнення, а також проведено кабінетні дослідження, спрямовані на визначення основних напрямів адаптації бізнесу до умов форс-мажору.

**Результати та обговорення.** У процесі аналізу розвитку туристичного ринку України в умовах воєнного стану було встановлено, що мережеві туристичні агенції подолали складний шлях від повної зупинки діяльності в перші місяці кризи до впровадження кардинально нових підходів до створення й реалізації туристичних продуктів. На прикладі мережі «Поїхали з нами» можна чітко виділити основні вектори трансформації традиційної бізнес-моделі. Одним із таких напрямів стало переорієнтування виїзного туризму на наземну логістику. Зокрема, ключовою зміною стало повне припинення запропонування пакетних авіатурів із використанням українських аеропортів. Мережа успішно перебудувала свою діяльність, включивши до асортименту продуктових пропозицій автобусні чартерні тури до європейських країн

(Болгарія, Чорногорія, Греція, Туреччина) з відправленням з найбільших міст на заході України. Крім того, були впроваджені авіатури з вильотами зі зручних закордонних аеропортів. Завдяки такій адаптації вдалося підтримати пропозиції у сегменті міжнародного туризму навіть в умовах обмеженого авіасполучення.

Важливим елементом забезпечення фінансової стабільності мережі стало суттєве розширення співпраці з українськими готельєрами та санаторно-курортними комплексами. Попит змістився у відносно безпечні регіони України – насамперед у Карпатський єврорегіон (Львівська, Івано-Франківська, Закарпатська області). Основним критерієм вибору партнерів для мережі стала наявність безпекової інфраструктури (укриттів) та автономії життєзабезпечення об'єктів.

Ключовим фактором у забезпеченні фінансової стабільності мережі стало значне розширення співпраці з вітчизняними готельєрами та санаторно-курортними комплексами. У зв'язку зі зміною попиту, популярність перемістилася до відносно безпечних регіонів України. Пріоритетним критерієм вибору партнерів для мережі була облаштованість об'єктів безпековою інфраструктурою, такою як укриття, а також їхня здатність до автономного забезпечення життєдіяльності. У зв'язку з міграційними процесами та закриттям частини фізичних офісів, мережа оптимізувала структуру за рахунок переходу на дистанційне обслуговування клієнтів. Акцент було перенесено на використання хмарних CRM-систем, месенджерів, електронного документообігу та онлайн-банкінгу. Це дозволило агентам обслуговувати клієнтів незалежно від їхнього географічного розташування.

Загалом, трансформація бізнес-моделі «Поїхали з нами» відбувалася у межах загальносвітових тенденцій. Основний акцент було зроблено на оптимізації постійних витрат, впровадженні гнучкого ціноутворення та оперативному реагуванні на виклики, зокрема пов'язані з безпекою. Завдяки мережевій структурі бізнесу (франчайзингу), компанія виявилася більш стійкою до кризових ситуацій порівняно з незалежними агенціями.

**Висновок.** Практика функціонування мережі «Поїхали з нами» в умовах воєнного стану демонструє високий рівень адаптивності мережевого туристичного бізнесу. Трансформація операційної діяльності через диверсифікацію логістичних шляхів, переорієнтацію на внутрішній ринок Карпатського регіону та перехід на цифрові рейки продажів дозволила компанії утримати ринкові позиції. Цей досвід підтверджує, що навіть у часи системних криз індустрія туризму здатна знаходити альтернативні моделі розвитку, які стануть основою для архітектури ринку у повоєнний період.

### Література

1. Офіційний сайт мережі «Поїхали з нами».  
URL: <https://www.poehalisnami.ua/>

2. Державне агентство розвитку туризму України: офіційні аналітичні матеріали щодо стану галузі. URL: <https://www.tourism.gov.ua/>

Про туризм : Закон України від 15.09.1995 р. № 324/95-ВР (зі змінами та доповненнями) URL: <https://zakon.rada.gov.ua/>

Scientific edition

**XV International  
scientific and practical conference  
"INNOVATIVE TECHNOLOGIES IN HOTEL, RESTAURANT  
AND TOURISM BUSINESS"**

*May 21, 2026*

---

Наукове видання

**XV Міжнародна науково-практична конференція  
«ІННОВАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ В ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОМУ  
ТА ТУРИСТИЧНОМУ БІЗНЕСІ»**

*21 травня 2026 р.*

Відповідальна за випуск **І. Л. Мельник**

---

НУХТ. 01601 Київ-33, вул. Володимирська, 68  
Свідоцтво про реєстрацію серія ДК № 1786 від 18.05.2004 р.