

### References:

1. Балака Є. І., Резуненко М. Є., Резуненко О. С., Попов М. А. Прогнозування обсягів пасажирських перевезень в дальньому залізничному сполученні на основі багатофакторного аналізу. *Збірник наукових праць Українського державного університету залізничного транспорту*. 2019. Вип. 185. С. 6 – 14.
2. Гайдук Н.О. Методи прогнозування парку пасажирських вагонів в умовах сучасного ринку. *Проблеми економіки транспорту : зб. наук. пр. Дніпропетр. нац. ун-ту залізн. трансп. ім. акад. В. Лазаряна*. 2011. Вип. 2. С. 37–39.
3. Соколова О.Є., Чередніченко К.В. Методи та моделі короткострокового прогнозування європейського ринку авіаційних перевезень. *Вчені записки Таврійського національного університету імені В.І. Вернадського. Серія: Технічні науки*. 2023. 34 (73). № 1. С. 306 – 316.
4. Jafari, N., & Lewison, M. Forecasting air passenger traffic and market share using deep neural networks with multiple inputs and outputs. *Frontiers in Artificial Intelligence*. 2024. 7. 42934. DOI: <https://doi.org/10.3389/frai.2024.1429341>.
5. Guo X., Grushka-Cockayne Y., & De Reyck B. Forecasting airport transfer passenger flow using real-time data and machine learning. *Manufacturing & Service Operations Management*. 2022. 24(6). P. 3193-3214.



УДК 338.48:502.12

## ТРАНСФОРМАЦІЯ КЛІЄНТСЬКОГО ТУРИСТИЧНОГО ДОСВІДУ В ЦИРКУЛЯРНІЙ ЕКОНОМІЦІ

**Стрижак Олена Олегівна**, к.е.н., доцент, доцент кафедри підприємництва, торгівлі та туристичного бізнесу, Харківський національний економічний університет імені Семена Кузнеця, sssselellennnn@gmail.com

Циркулярна економіка, основу якої становлять принципи зменшення відходів, повторного використання та переробки, відкриває нові горизонти для туристичної галузі. Загалом циркулярна економіка передбачає перехід від лінійної моделі "видобути-виробити-викинути" до циклічної, де відходи стають ресурсами, а споживання мінімізується [1]. Для споживача туристичних послуг це означає нові можливості для глибшого занурення в автентичну культуру, підтримку місцевих громад та зменшення власного екологічного сліду у навколишньому середовищі.

Впровадження принципів циркулярності у діяльність закладів розміщення є важливим чинником забезпечення їхнього сталого функціонування. Готелі можуть зосередитись на використанні місцевих, відновлюваних матеріалів для будівництва та дизайну, встановленні автономних систем енергозбереження та водопостачання. Вони також можуть впроваджувати програми сортування та переробки відходів, співпрацюючи з місцевими підприємствами для повторного використання ресурсів. Харчування туристів на принципах циркулярності також набуває нового виміру: акцент робиться на зменшенні харчових відходів шляхом розумного планування меню та популяризації "неідеальних" продуктів.

В умовах циркулярності також зростає підтримка локальної економіки через споживання місцевих продуктів. Заклади харчування надають перевагу сезонним, локально вирощеним продуктам, зменшуючи потребу в транспортуванні та підтримуючи місцевих фермерів. Це сприяє збереженню біорізноманіття та автентичності кулінарних вражень. Туристи отримують можливість скуштувати страви, характерні для даного регіону, усвідомлюючи, що їх вибір сприяє сталому розвитку місцевих громад.

Свідомий вибір транспорту є невід'ємною частиною циркулярного туризму. Надання переваги пішим прогулянкам, велосипедам, електромобілям чи громадському транспорту

зменшує викиди вуглекислого газу. Це сприяє повільнішому, але насиченому дослідженню місцевості, дозволяючи краще відчувати атмосферу та красу навколишнього середовища. Мандрівники заохочуються до мінімізації повітряних подорожей, надаючи перевагу потягам чи автобусам, коли це можливо. Деякі туристичні оператори навіть розробляють спеціальні маршрути, що дозволяють досліджувати регіон, використовуючи виключно низьковуглецеві види транспорту.

Крім того, циркулярна економіка заохочує розвиток унікальних туристичних продуктів, що підкреслюють місцеву культуру та традиції. Це можуть бути майстер-класи з ремесел, де туристи навчаються створювати речі з перероблених матеріалів, відвідування ферм, що спеціалізуються на сталому сільському господарстві, або гастрономічні тури, присвячені традиційним стравам, приготованим з локальних продуктів. Такі види діяльності не лише збагачують досвід туриста, а й сприяють підтримці місцевих економік та збереженню культурної спадщини. Таким чином, замість масового туризму циркулярна економіка стимулює розвиток ремісничих майстер-класів, агротуризму, відвідування місцевих виробництв, що використовують перероблені матеріали. Це дозволяє туристам не лише спостерігати, а й брати активну участь у житті спільноти, навчатися нових навичок та цінувати місцеві ресурси.

Циркулярна економіка дозволяє глибше зрозуміти потреби туриста і запропонувати йому унікальні можливості для екологічного внеску, будь то участь у відновленні лісів або навчання традиційним ремеслам. Відповідно до принципів циркулярності подорож стає не просто відпочинком, а можливістю для особистісного зростання та позитивного впливу на світ.

Циркулярна економіка революціонує саме поняття клієнтського досвіду, переосмислюючи його від моменту планування подорожі до повернення додому. Ця трансформація означає, що споживання послуг – від вибору транспорту до проживання, харчування та дозвілля – тепер оцінюється крізь призму сталості, ресурсної ефективності та мінімізації відходів. Об'єктивні зміни суттєво позначаються на діяльності туристичної галузі [2; 3; 4; 5; 6], туристичний досвід стає не просто набором послуг, а цілісною системою, де кожен елемент сприяє збереженню довкілля та підтримці місцевих громад.

Ключовим елементом нової парадигми є зміщення фокусу з володіння на доступ і спільне використання. Готелі, які раніше пропонували повний комплект одноразових зручностей, тепер впроваджують багаторазові предмети, системи розумного управління енергією та водою, а також інноваційні рішення для сортування й переробки відходів. Ресторани віддають перевагу локальним, сезонним продуктам, створюючи автентичні гастрономічні враження, які паралельно зменшують вуглецевий слід транспортування та підтримують місцевих фермерів. Це створює глибоко інтегрований досвід, де турист відчуває себе частиною місцевої екосистеми, а не просто спостерігачем.

Екологічна свідомість та просвітництво стають невід'ємною частиною туристичного продукту. Туристи дедалі частіше прагнуть зрозуміти, як їхня подорож впливає на довкілля, і цінують компанії, які відкрито демонструють свої циркулярні практики. Прозорість у використанні ресурсів, можливість долучитися до природоохоронних ініціатив, або навіть участь у місцевих проєктах з відновлення – все це формує довіру та підсилює позитивні емоції від подорожі. Туристичний досвід перетворюється на можливість для саморозвитку та внеску у стале майбутнє, роблячи кожну подорож не просто відпочинком, а цінним внеском у збереження планети.

#### **Перелік використаних джерел:**

1. ACE-EX - Циркулярна економіка в сільському господарстві- EXpert (Грантова угода № 101110547 - ERASMUS-EDU-2022-PI-ALL-INNO-EDU-ENTERP) <https://skillscourses.eu/ace-ex/>
2. Stryzhak O., Cibák L., Sidak M., Yermachenko V. Socio-economic development of tourist destinations: a cross-country analysis // Journal of Eastern European and Central Asian Research (JEECAR). - 2024. - № 11(1), 79-96. <https://doi.org/10.15549/jeecar.v11i1.1442>

3. Погуда Н. В., Стрижак О. О. Туризм 2022 року: аналіз та перспективи розвитку. Вчені записки ТНУ імені В. І. Вернадського. Серія: Економіка і управління. 2023. Т. 34 (73). № 1. С. 23-32. Режим доступу: [http://econ.vernadskyjournals.in.ua/journals/2023/34\\_73\\_1/6.pdf](http://econ.vernadskyjournals.in.ua/journals/2023/34_73_1/6.pdf)

4. Стрижак О.О. Розвиток туризму в контексті формування Індустрії 4.0: визначення взаємозв'язку. Економічний вісник НТУУ "КПІ". – 2021 - № 18. – С. 63-70. Режим доступу: <http://ev.fmm.kpi.ua/article/view/238104>

5. Стрижак О. О. Трансформації індустрії туризму в умовах цифрової економіки. Економіка та управління АПК. 2021 № 2. С. 41-49. [https://economneneg.btsau.edu.ua/sites/default/files/visnyky/economika/econ\\_apk\\_2\\_2021.pdf#page=41](https://economneneg.btsau.edu.ua/sites/default/files/visnyky/economika/econ_apk_2_2021.pdf#page=41)

6. Стрижак О.О., Нестеров М.С. Особливості розвитку туристичних дестинацій в Індустрії 4.0 // Молодіжний економічний вісник ХНЕУ ім. С. Кузнеця. - 2025. - № 3. - С. 315-317. <https://hneu.edu.ua/content/documents/39/3856/Attaches/mv-3-2025.pdf>



УДК 338.48:004

### **СТРАТЕГІЧНІ НАПРЯМИ УПРАВЛІННЯ РЕПУТАЦІЄЮ ГОТЕЛЬНОГО ПІДПРИЄМСТВА В СУЧАСНИХ УМОВАХ**

**Сущенко Олена Анатоліївна**, д.е.н., професор, Київський національний університет технологій та дизайну, [sushchenko.oa@knu.edu.ua](mailto:sushchenko.oa@knu.edu.ua)

**Чайковський Сергій Дмитрович**, аспірант кафедри підприємництва, торгівлі та туристичного бізнесу, Харківський національний економічний університет імені Семена Кузнеця, [petrovan000@gmail.com](mailto:petrovan000@gmail.com)

У сучасних умовах розвитку готельного бізнесу управління репутацією набуває статусу одного з ключових стратегічних напрямів забезпечення конкурентоспроможності підприємства, формування довіри споживачів і зміцнення його ринкових позицій. Посилення конкуренції, зростання ролі цифрових комунікацій, поширення онлайн-відгуків, а також підвищення чутливості споживачів до якості сервісу, безпеки та етичності діяльності зумовлюють необхідність системного підходу до формування, підтримання й захисту репутації готельного підприємства. У цьому контексті особливої актуальності набуває визначення стратегічних напрямів управління репутацією, які дозволяють своєчасно реагувати на зовнішні виклики, підвищувати лояльність гостей і забезпечувати довгострокову стійкість розвитку підприємства [1, 2, 3].

У сучасних умовах управління репутацією готельного підприємства доцільно розглядати як комплексний стратегічний процес, спрямований на формування, підтримання та відновлення довіри з боку гостей, партнерів і ширшого ринкового середовища. Репутаційний менеджмент вибудовується через поєднання цілей, стейкхолдерів, сервісних стандартів, цифрової комунікації, роботи з відгуками, партнерств, нормативних рамок, системи вимірювання та організаційної відповідальності. Відповідно до цього, стратегічні напрями управління репутацією готельного підприємства також мають формувати цілісну взаємопов'язану систему, а не зводитися до окремих комунікаційних або рекламних заходів. У цьому контексті першочергового значення набуває забезпечення стабільності та відтворюваності якості готельного продукту, оскільки саме повторюваність позитивного споживчого досвіду, що охоплює чистоту номерного фонду, точність бронювання, швидкість заселення, належний рівень сервісу та професійну поведінку персоналу, створює базу для стійкої позитивної репутації підприємства.

Водночас важливим стратегічним напрямом є зниження інформаційної асиметрії у взаємодії з потенційним гостем ще до моменту споживання послуги, що передбачає прозоре, повне й актуальне представлення інформації про умови проживання, перелік послуг, порядок