



BALTIC RESEARCH INSTITUTE OF TRANSFORMATION
ECONOMIC AREA PROBLEMS

Proceedings of international scientific
and pedagogical internship

**INNOVATIVE EDUCATIONAL TECHNOLOGIES:
EUROPEAN EXPERIENCE AND ITS APPLICATION
IN TRAINING IN ECONOMICS
AND MANAGEMENT**

February 16 – March 29, 2026

Riga, Latvia
2026

UDK 33(082)
In607

Internship organizing committee:

Anita Jankovska, PhD, Internship Program Manager at the Baltic Research Institute of Transformation Economic Area Problems (Latvia).

Oleh Holovko, PhD, Head of the Black Sea Scientific Research Institute of Economics and Innovation (Ukraine).

Each author is responsible for content and formation
of his/her materials.

The reference is mandatory in case of republishing or citation.

Innovative educational technologies: European experience and its application in training in economics and management : Proceedings of international scientific and pedagogical internship (February 16 – March 29, 2026, Riga, Latvia). Riga, Latvia : Baltija Publishing, 2026. 346 p.

ISBN 978-9934-26-675-1

Contents

Nataliia Amelina INNOVATIVE APPROACHES TO FORMING THE CONTENT OF ECONOMIC EDUCATION PROGRAMS IN THE CONTEXT OF DIGITALIZATION	1
Mariia Andriienko ADAPTATION OF INNOVATIVE ACTIVITIES OF ENTERPRISES TO THE CHALLENGES OF MACROECONOMIC INSTABILITY	5
Zinaida Andrushkevych, Valentyna Bobrovnyk INNOVATIVE DIGITAL MARKETING TECHNOLOGIES AS A TOOL FOR DEVELOPING CONTEMPORARY PROFESSIONAL COMPETENCIES OF MARKETING SPECIALISTS	8
Kateryna Astafieva TELEGRAM BOT AS AN ALTERNATIVE TO A MOBILE APPLICATION IN DIGITAL MARKETING UNDER THE CONDITIONS OF THE DIGITAL ECONOMY	13
Mariana Bahriy, Tetyana Perih APPROACHES TO SUSTAINABLE DEVELOPMENT OF THE DOMESTIC TOURISM INDUSTRY	17
Natalia Balatska IMPACT OF THE SOCIO-CULTURAL ENVIRONMENT ON THE STRATEGIC DEVELOPMENT OF HOTEL AND RESTAURANT ENTERPRISES.....	22
Iryna Banyeva GREENING THE ACTIVITIES OF HOTEL AND RESTAURANT ENTERPRISES.....	26
Anatolii Bazar STAKEHOLDER-ORIENTED APPROACH IN THE MANAGEMENT OF PROFESSIONAL PRE-HIGHER EDUCATION.....	31
Nataliia Boiko, Volodymyr Tsaruk NEW MODELS OF TOURIST DESTINATION MANAGEMENT IN THE CONDITIONS OF UKRAINE'S RECONSTRUCTION	34
Vadym Borsa COMPETENCY-BASED APPROACH TO TRAINING CUSTOMS SPECIALISTS: EUROPEAN EXPERIENCE AND IMPLEMENTATION OF FINANCIAL ASPECTS IN TRAINING	38

Natalia Balatska
*Doctor of Economic Sciences, Docent,
Professor at the Department of Hotel,
Restaurant Business and Craft Technologies
Simon Kuznets Kharkiv National University of Economics*

Балацька Н.Ю.
*доктор економічних наук, доцент,
професор кафедри готельного,
ресторанного бізнесу і крафтових технологій
Харківського національного економічного університету
імені Семена Кузнеця*

DOI: <https://doi.org/10.30525/978-9934-26-675-1-6>

**IMPACT OF THE SOCIO-CULTURAL ENVIRONMENT
ON THE STRATEGIC DEVELOPMENT OF HOTEL
AND RESTAURANT ENTERPRISES**

**ВПЛИВ СОЦІОКУЛЬТУРНОГО СЕРЕДОВИЩА
НА СТРАТЕГІЧНИЙ РОЗВИТОК
ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННИХ ПІДПРИЄМСТВ**

Готельно-ресторанний бізнес є важливою складовою сучасної ринкової економіки та відіграє суттєву роль у формуванні соціально-економічного середовища країни. Значущість цього сектору зростає відповідно до динаміки загальноекономічного розвитку, трансформацій споживчого попиту та змін у структурі сфери послуг. В Україні процеси розвитку й інтеграції готельно-ресторанного бізнесу у глобальний економічний простір відбуваються під впливом комплексу чинників, зумовлених глибокими соціальними й економічними перетвореннями останніх десятиліть [1]. Зазначена галузь характеризується підвищеною чутливістю до змін макро- та мікросередовища, що проявляється у швидкій реакції на коливання економічної кон'юнктури, соціальні зрушення та трансформації споживчих моделей. Рівень розвитку готельно-ресторанного бізнесу, з одного боку, може розглядатися як індикатор якості життя населення, а з іншого – як чинник забезпечення економічного зростання через активізацію підприємницької діяльності у сфері послуг [2].

Соціальні та культурні детермінанти мають безпосередній вплив на формування умов функціонування та розвитку підприємств готельно-ресторанного бізнесу. До цієї групи належать ціннісні орієнтації суспільства, система соціальних норм, традиції, звичаї, поведінкові стереотипи, а також тенденції моди й структурні зміни ринку, що

визначають управлінські рішення та стратегічні пріоритети підприємств [3]. У цьому контексті соціокультурний вимір розвитку виступає одним із ключових факторів формування стратегічних цілей та визначення довгострокових напрямів розвитку готельно-ресторанних підприємств.

Соціально-економічний розвиток готельно-ресторанної сфери передбачає вирішення низки концептуальних завдань, зокрема розроблення унікальних бізнес-концепцій, формування стабільної клієнтської бази, забезпечення лояльності споживачів та розширення ринкової присутності. Не менш важливим є досягнення оптимального співвідношення між обсягами діяльності та рівнем прибутковості, що створює фінансові передумови для сталого розвитку. Вагомий вплив на ці процеси мають трансформації системи цінностей населення, які визначають споживчі переваги та очікування клієнтів [4–5]. У зв'язку з цим актуалізується необхідність наукового аналізу соціокультурних факторів і кількісного вимірювання ступеня їх впливу на досягнення стратегічних цілей підприємств готельно-ресторанного бізнесу.

Стратегічною метою діяльності підприємств готельно-ресторанної галузі є формування та утримання конкурентних переваг у довгостроковій перспективі, що забезпечує стабільний рівень доходів і економічну стійкість. Лібералізація ринкових відносин і розширення можливостей входу суб'єктів господарювання у сферу готельно-ресторанного бізнесу зумовлюють потребу у вдосконаленні підходів до стратегічного управління та підвищенні адаптивності підприємств до змін зовнішнього середовища. Конкурентна діяльність готельно-ресторанних закладів орієнтована на комплексне задоволення матеріальних і нематеріальних потреб споживачів, що реалізується через диференціацію послуг, індивідуалізацію сервісу та створення унікального клієнтського досвіду [6]. До таких інструментів належать гастрономічні та барні шоу, сомельє-супровід, спеціалізовані формати обслуговування, організація дозвілля, кейтерингові послуги та програми лояльності.

Соціокультурний простір функціонування готельно-ресторанного бізнесу формується під впливом широкого кола соціальних факторів, серед яких: соціальна стратифікація суспільства, рівень доходів і добробуту населення, доступність та якість освітніх і медичних послуг, масштаби економічної нерівності, поширеність здорового способу життя, особливості споживчої поведінки, характеристики типового споживача, репутація готельно-ресторанних закладів, рівень соціальної напруженості, активність громадських інституцій та загальна домінанта соціокультурних цінностей у суспільстві.

Дослідження ціннісних орієнтацій населення України свідчать про пріоритетність таких категорій, як безпека, дотримання соціальних норм і традиційність. Урахування зазначених особливостей є необхідною

умовою формування ефективних стратегій розвитку підприємств готельно-ресторанного бізнесу в національному контексті.

Культурні фактори розвитку готельно-ресторанної сфери охоплюють стиль життя населення, домінуючі модні тенденції, зростаючий вплив цифрових комунікацій і соціальних мереж порівняно з традиційними засобами масової інформації, участь у культурних подіях, музичні вподобання, дизайнерські підходи та рівень креативного потенціалу суспільства.

Розвиток підприємств готельно-ресторанного бізнесу в Україні відбувається в умовах дії багатокомпонентного зовнішнього середовища. З огляду на специфіку галузі, соціокультурні чинники мають визначальний вплив на результати діяльності підприємств, що зумовлює необхідність їх системного аналізу. Водночас суттєву роль відіграють демографічні фактори, зокрема динаміка чисельності населення, рівень народжуваності та державна підтримка сімей, статево-вікова структура суспільства, середня тривалість життя, масштаби міграційних процесів, домінуючі ціннісні та релігійні орієнтації, які впливають на соціальну поведінку та споживчі практики населення.

Отже, рівень розвитку готельно-ресторанної сфери може розглядатися як індикатор якості життя населення та соціально-економічного стану країни. Висока чутливість галузі до змін зовнішнього середовища зумовлює необхідність системного врахування соціокультурного контексту під час формування стратегій розвитку підприємств. Трансформації ціннісних орієнтацій населення, стилю життя та культурних практик визначають структуру попиту на готельно-ресторанні послуги й потребують від підприємств адаптації бізнес-моделей та впровадження диференційованих сервісних рішень.

Таким чином, ефективний розвиток підприємств готельно-ресторанного бізнесу можливий за умови комплексного врахування соціальних, культурних і демографічних чинників у процесі стратегічного планування, що сприяє підвищенню їх адаптивності та довгострокової конкурентоспроможності.

Література:

1. Давидова О.Ю. Стратегічні орієнтири розвитку готельної індустрії в Україні. *Бізнес Інформ*. 2025. № 2. С. 727–736.

2. Shtal, T., Davydova, O., Sysoieva, S., Logvinkov, S., Zhukov, V. Innovative risk management in the hotel and restaurant business: Scientific and practical aspect. *Scientific Bulletin of Mukachevo State University. Series Economics*. 2024. Vol. 11 (2). P. 116–125. DOI: <https://doi.org/10.52566/msu-econ2.2024.116>.

3. Балацька Н. Ю. Цінність ресторанної послуги як ключова детермінанта розвитку підприємства. *Економічний дискурс*. 2019. № 4. С. 38–48.

4. Балацька Н. Ю. Фреймовий підхід до формування стратегії соціально-економічного розвитку підприємства ресторанного бізнесу. *Бізнес-навігатор*. 2019. Вип. 6 (55). С. 36–40.

5. Балацька Н.Ю. Інноваційні аспекти розвитку підприємств ресторанного бізнесу. *Держава та регіони. Серія: Економіка та підприємництво*. 2019 р., № 5 (110). С. 76–82. DOI: <https://doi.org/10.32840/1814-1161/2019-5-14>
6. Babenko V., Shumilo O., Davydova O. Building a business model of enterprise's innovative development based on economic security as an element of urban management. *International Journal of Human Capital in Urban Management*. DOI: <https://doi.org/10.22034/ijhcum.2024.2013019.1676/>