МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ

КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ТЕХНОЛОГІЙ ТА ДИЗАЙНУ

ІНТЕГРАЦІЯ НАУКИ І ОСВІТИ: РОЗВИТОК КУЛЬТУРНИХ І КРЕАТИВНИХ ІНДУСТРІЙ

Збірник матеріалів
IV Всеукраїнської науково-практичної конференції

Рекомендовано Вченою радою
Навчально-наукового інституту культури і креативних індустрій
Київського національного університету технологій та дизайну

Київ 2025

УДК 37.091.313+001:008-026.15 (08)
І-73

Редакційна колегія:

Макаренко Л.П. – канд. мистецтвознавства, директор Навчально-наукового інституту культури і креативних індустрій Київського національного університету технологій та дизайну;

Черняк Д. С. – канд. соціол. наук, доц., доцент кафедри сценічного мистецтва і культури Київського національного університету технологій та дизайну.

Рецензенти:

Копієвська О.Р. – доктор культурології, професор кафедри сценічного мистецтва і культури Київського національного університету технологій та дизайну.

За зміст, точність викладених фактів, цитат і посилань, а також оформлення списку використаних джерел несуть відповідальність автори та наукові керівники.

Рекомендовано Вченою радою
Навчально-наукового інституту культури і креативних індустрій
Київського національного університету технологій та дизайну
(Протокол № 3 від 16 вересня 2025)

І-73 Інтеграція науки і освіти: розвиток культурних і креативних індустрій: збірник матеріалів IV Всеукраїнської науково-практичної конференції / ред: Л.П. Макаренко, Д. С. Черняк. Київ : КНУТД, 2025. 342 с.

ISBN

У збірнику наукових праць висвітлюються найбільш актуальні питання та проблеми розвитку культурних і креативних індустрій, зокрема інноваційні підходи до викладання та навчання в умовах сучасних трансформацій, міждисциплінарні практики у мистецтві та культурі, а також досвід застосування цифрових технологій і сучасних медіа у культурно-освітній сфері. Значна увага приділяється питанням формування креативних компетентностей у здобувачів вищої освіти, розвитку творчої особистості та інтеграції науки й практики у професійну діяльність. Збірник наукових праць адресовано науковцям, викладачам, здобувачам освіти, а також фахівцям відповідних галузей.

УДК 37.091.313+001:008-026.15 (08)

ISBN

© Л.П. Макаренко, Д. С. Черняк,
© КНУТД, 2025

ЗМІСТ

ПЛАТФОРМА 1
ОСОБИСТІСТЬ В СУЧАСНОМУ ПОЛІКУЛЬТУРНОМУ СЕРЕДОВИЩІ

Заєць І. О. Національна освіта – визначальний чинник українського державотворення…….9
Макаренко Л. П. Аудіальний код нації: українська пісня як чинник національного державотворення……..14
Степанова О.А Особливості розвитку сучасної релігійної етики……...15
Швець І.Б Використання засобів акторської виразності в системі фахової підготовки вчителів…….. 23
Множинська Р.В. Міжконфесійне розмаїття в українській культурі XVI ст.....25
Білашов К.Ю., Колодяжна А. В. Покращення міжкультурного навчання у сфері ІТ-технологій та інженерії: підходи, методології та аспекти доступності для іноземних студентів……..28
Сєрова О. Ю. Метамодернізм, штучний інтелект, меми та кінець епохи постмодерну……...30
Берковський В.Г. Арт-менеджмент як система управління закладами культури……34
Косяк І.В., Олійник Д.В., Задніпранець А.В. Арт-терапія як метод інноваційних психолого-педагогічних технологій особистості……...38
Кириченко Р.В., Косяк І.В., Білоцька Д.В. Методики організаційно-виховної роботи тьюторів……42
Кириченко Р.В., Євтушок Є. П. Вплив емоційного інтелекту на міжособистісні стосунки……..48
Вознюк Н. М., Кириченко Р.В. Роль когнітивних спотворень у прийнятті рішень……52
Лаврійчук В. О., Множинська Р.В. Візуалізація як культурний феномен: історія та еволюція……55
Множинська Р.В., Бардаченко І. Вуличне мистецтво в соціокультурному просторі міста……59
Множинська Р.В. Гарасименко О. Роль кітчу у формуванні масової культури……63
Сказін Д.А., Степанова О.А. Феномен української національної ідентичності……...64
Данник К.О., Лепшєєв В. Вплив грантів на розвиток інституційного мистецтва……67
Стульнікова К., Бурназова В. Вплив соціальних медіа на розвиток та популяризацію сучасного мистецтва……..68

Пашукова С.Г. Особливості формування авторського стилю у скетчінгу……..….181
Волошко М.О. Можливості штучного інтелекту для сучасного цифрового художника……...183.
Коробка А., Бурназова В.В. Сучасне кіно між традицією та експериментом: аналіз нових тенденцій……...185
Бурназова В.В., Novotna M. Мистецтво як перформативна дія: історичні паралелі між візуальним і сценічним у культурі України……..189
Бурназова В., Русановичова І. Музичне мистецтво як інструмент розвитку сценічної креативності майбутнього актора: від музично-теоретичних дисциплін до практики музичного супроводу…….192
Кіно В. А. Аналіз конфлікту як невід'ємна складова процесу створення сценічного проекту: креативні методи та практики……195
Кіно Д. В. Акторська майстерність, майстерність імпровізації як ключові елементи сценічної виразності……..198
Бінєєва А. М. Запам'ятовування наголосів у сценічній мові через карткові ігри та метод Spaced repetition……200
Махотіна Ю.В. Аспекти формування майбутніх акторів драматичного театру засобами музичного мистецтва……..202
Куц Т.М., Балан У.Г. Акрилові фарби: історія, склад, застосування, інновації……204
Фик Ю. В., Сапожнік О. В. Монотембровість в ансамблевих творах для труби Є. Станковича……..206
Тертій К. Ю., Ардельян Л. Акторська майстерність в сучасному світі……...208
Буряк В., Ардельян Л. Театральне мистецтво в сучасній українській культурі……210
Стеценко А.К., Пашукова С.Г., Осипчук М.В. Роль перспективи в зображенні міського середовища……...212
Гординська Т.О., Пашукова С.Г., Осипчук М.В. Вплив художнього стилю на емоційне сприйняття глядача……213

ПЛАТФОРМА 3

КРЕАТИВНІ ПРАКТИКИ В ТУРИЗМІ ТА ІНДУСТРІЇ ГОСТИННОСТІ

Бучко Ж.І. Креативні етномистецькі майстерні у контексті сталого туризму: досвід Чернівецької області……...215
Заячук М.Д., Кілінська К.Й. Функціональна приналежність краєзнавчо-туристичної практики до креативних туристичних практик……..…218
Васильчук В. Перспективи розвитку військово-історичного туризму в Україні у повоєнний період……....221
Скутар Т.Д., Іванунік В.О. Креативні практики в гастрономічному туризмі…….227

Семенюк Л.Л., Лукашов В. С. Сутність та важливість ділового туризму……....290
Семенюк Л.Л., Величко Є.Р. Лікувально-оздоровчий туризм в Україні: основні тенденції розвитку……292
Колеснік К.В, Ахмедова О.О. Дослідження функціонування готельно-ресторанних комплексів в Україні під час війни……295
Калінін М.С., Круль Г.Я., Заячук О.Г. Креативні практики у створенні концептуальних закладів сфери гостинності……297
Скиба А.С. Формування іміджу підприємств готельно-ресторанного бізнесу……..301
Семенюк Л.Л., Левчук А. Ю. Екотуризм в Україні: сучасний стан, виклики та перспективи розвитку……304
Кузнєцова О.О., Бірюкова Ю.А Впровадження крафтового виробництва у ресторанному бізнесі України……307
Tkachuk L.M. Military tourism: ethics, reality, and prospects in Ukraine……..310
Хоптяна О. Б., Тонких О. Г. Вплив закладів культури на підвищення туристичної привабливості……313
Хорошун І.В., Ахмедова О.О. Розвиток системи мотивації персоналу готельного підприємства……315
Семенюк Л.Л., Шаровара В.В. Впровадження інновацій у сфері готельно-ресторанного бізнесу як інструменту адаптації до воєнних умов……..317
Іашвілі С. Г., Тонких О. Г. Створення програми для ділових поїздок до м. Київ……...319
Бондар К. Д., Бірюкова Ю.А. Франчайзинг як форма підприємницької діяльності в готельно-ресторанному бізнесі……321.
Левицький І. В, Бірюкова Ю.А. Сучасні тенденції розвитку ресторанного бізнесу……..324
Тронович О. А. Новітні практики управління в готельно-ресторанному бізнесі……326
Чернихівська А. В. Соціокультурні колаборації у сфері гостинності: синергія бізнесу, традицій і спільнот……329
Драгун І. С. Антоненко А. В. Вплив якості обслуговування на лояльність клієнтів у ресторанному бізнесі……331.
Заграничний О.О., Тонких О. Г. Сучасні управлінські технології та їх застосування в готельно-ресторанному бізнесі……..333.
Колеснікова О.В., Тонких О.Г. Формування механізму забезпечення економічної безпеки туристичного підприємства……..335
Пресіч Н.Д., Тонких О.Г. Особливості організації діджитал-маркетингу туристичних підприємств в умовах російсько-української війни……337
Куляс А. Р., Ахмедова О.О. Роль цифрових інновацій у підвищенні конкурентоспроможності готельного бізнесу……339

розроблятимуть концепції зеленого розміщення. Питання безпеки також стануть одним з основних факторів, що впливають на роботу готельно-ресторанного бізнесу. Для забезпечення безперебійної роботи навіть у кризових ситуаціях об'єкти розміщення будуть обладнані бункерами та автономними джерелами енерго- та водопостачання. Важливим трендом також стане діджиталізація бізнесу. Використання штучного інтелекту для управління бронюванням, аналізу попиту та персоналізації обслуговування дозволить готелям і ресторанам підвищити ефективність своєї роботи. Впровадження технологій безконтактного обслуговування, чат-ботів та автоматизованих платіжних систем значно спростить взаємодію з клієнтами.

Готельний та ресторанний бізнес України зіткнувся зі значними викликами внаслідок війни, але продемонстрував стійкість та здатність до швидкої адаптації. Незважаючи на фінансові труднощі, проблеми з безпекою, логістикою та людськими ресурсами, компанії продовжують працювати, змінюючи свої бізнес-моделі. Подальший розвиток сектору залежить від підтримки урядів, міжнародних партнерів та впровадження інновацій. Після війни готельно-ресторанний сектор матиме шанс швидко відновитися завдяки зростанню внутрішнього туризму, інвестиціям та активному впровадженню сучасних технологій [4].

Список використанних джерел

1. Даниленко, Н., & Кульчицька, К. (2023). Вплив війни на готельно-ресторанний бізнес України. https://tourlib.net/statti_ukr/danylenko-kulchycka2.htm
2. Веселовська, Т. Є. (2023). Вплив війни на ціноутворення та споживчу поведінку в готельно-ресторанній сфері України. Академічні візії, (32). https://academy-vision.org/index.php/av/article/view/1200
3. Бритвенко, І. (2023). Тенденції ресторанного бізнесу України в умовах війни. https://tourlib.net/statti_ukr/brytvenko.htm
4. Муха, О. (2023). Вплив війни на заклади готельно-ресторанної сфери та їх конкурентоспроможність. Галицький інститут. https://gi.edu.ua/koledzh/pidrozdily/biblioteka/repozytorii/862-vplyv-viiny-na-zaklady-hotelno-restorannoi-sfery-ta-ikh-konkurentospromozhnist

КРЕАТИВНІ ПРАКТИКИ У СТВОРЕННІ КОНЦЕПТУАЛЬНИХ ЗАКЛАДІВ СФЕРИ ГОСТИННОСТІ

Калінін М.С., здобувач вищої освіти
Круль Г.Я., кандидат географічних наук, доцент,
доцент кафедри географії та менеджменту туризму
Заячук О.Г., кандидат географічних наук, доцент,
доцент кафедри географії та менеджменту туризму
Чернівецький національний університет імені Юрія Федьковича

Ключові слова: сфера гостинності, концепція, готелі, ресторани, тематизація закладів гостинності

Для задоволення невпинно зростаючих вимог гостей, готелярі та ресторатори почали приділяти увагу персоналізації середовища споживання, а також методам впливу на атмосферний чинник. Даний підхід призвів до ідеї створення концептуальних закладів [2].

Тематизація (концептуалізація) у сфері гостинності – це практика створення певного середовища чи атмосфери у закладі з метою вплинути на відвідувача та на його кінцеві враження. Тематизація може виявлятися у простій (наявність певних стилізованих елементів дизайну) чи складній (створення комплексного концептуального середовища із використанням більшої кількості атрибутики та предметів декору) формах [1]. Концептуалізація у закладах гостинності може застосовуватись до різних приміщень: зон загального користування, місць спеціального призначення, номерів, торгових залів та ін. Зазвичай концепція відображається у екстер'єрі та інтер'єрі закладу. Це супроводжується використанням відповідних предметів декору, музичного супроводу, освітлення. Розповсюдженою практикою є надання персоналу спеціальної тематичної уніформи.

Застосування теми в закладах гостинності стає все більш популярною тенденцією, оскільки готелі і ресторани шукають способи диференціювати себе і створити унікальний досвід для гостей. Дані установи можуть орієнтуватися на певний сегмент ринку залежно від своєї спеціалізації. До того ж концептуальні заклади нерідко слугують місцем проведення масових заходів або ж урочистих подій на кшталт весілля, корпоративів тощо.

Історія існування концептуальних закладів у сфері гостинності почалася ще у XIX столітті та за більш ніж столітній період було використано чимало різноманітних ідей, що виникали в процесі зміни епох і зростання рівня технологічного прогресу. Сучасний обсяг концепцій не є кінцевою межею, що суттєво ускладнює процес класифікації закладів за темою. Найпопулярнішими темами концептуальних закладів у сфері гостинності на сьогодні є природна, попкультурна та етнічна, які охоплюють більшість існуючих варіантів [1].

Природна. Існує кілька способів включити природні об'єкти в дизайн і декор закладу: перший варіант – використання деревини, каменю і рослин для створення штучного природного середовища споживання, в т.ч. і вторинних матеріалів (перероблена деревина та ін.), що може бути особливо привабливим для гостей, які цікавляться питаннями сталого розвитку та екології. У другому варіанті передбачається застосування природних ресурсів чи об'єктів для створення закладу.

Яскравим прикладом застосування природної теми є «Hotel de Glace» (Квебек, Канада), повністю зроблений з льоду та снігу, який щороку відбудовують заново, використовуючи 15000 тон снігу та 500 тон льоду.

Перший «Hotel de Glace» був збудований у 2001 р. як одноразова мистецька виставка, але він став популярним і відтоді перебудовується щозими. Щороку в закладі організовують виставки з унікальними крижаними скульптурами і декораціями. Гості можуть зупинитися в одному з 44 номерів готелю, в кожному з яких є ліжко з льоду, вкрите шкурами тварин та термоспальні мішки [5].

Дизайн закладу «Tropicana» (Лас-Вегас, США) був натхненний тропічними ландшафтами Куби та Карибського басейну, з акцентом на яскравих кольорах і екзотичних візерунках, басейном у тропічному стилі, штучними водоспадами. Це був один із перших закладів, в якому застосували зони просто неба. Незвичайна концепція та формат дозволили готелю стати місцем проведення масових культурних та розважальних заходів [3].

Попкультурна – найширша тема, оскільки охоплює засоби масової інформації (в тому числі інтернет, телебачення), спорт, кінематограф, музику, літературу, образотворче мистецтво, масові тренди. Із попкультурою пов’язані концептуальні заклади, присвячені певному виду мистецтва або відомій особистості. Сюди ж можна віднести установи, що стосуються сучасних трендів, наприклад, екології, здорового харчування, належного поводження із тваринами, ностальгії, самоідентифікації і т.д. У закладах сфери гостинності попкультурна тема може відображатися в різних елементах дизайну та оформлення. Наприклад, готельні номери можуть бути прикрашені постерами з фільмів, цитатами популярних людей. Нерідко дана тема охоплює меню закладу. Деякі позиції можуть мати назву або посилання на фільм чи серіал. Поширеною є практика розробки іменних номерів. В таких випадках декор присвячують певній відомій особистості, кімнату наповнюють пам’ятними речами та предметами, що асоціюються з ними. Тему, пов'язану із відомими особистостями, використовують і у закладах харчування.

Одним із прикладів перших попкультурних концептуальних закладів харчування було кабаре «Le Chat Noir» (Париж, Франція), де декор був виконаний у стилі Людовика XIII, а стіни прикрашали зображення чорних котів. В такий спосіб у закладі пародіювали і висміювали представників інтелігенції. До того ж кабаре слугувало клубом для художників, в якому вони виставляли свої роботи [7]. Наприкінці 1880-х років з’явився ресторан «Chateau d’If» (Париж) із тюремною тематикою, який був спроектований так, щоб нагадувати однойменну в’язницю з роману А. Дюма «Граф Монте-Крісто». В основі концепції закладу «L'Abbaye de Thélème» лежала тематика Середньовіччя з відповідним оздобленням та уніформою офіціантів, стилізованою під вбрання ченців та монахинь. Характерною особливістю «Кафе смерті», відкритого на Монмартрі в 1894 р. було використання замість столів трун та подача напоїв у декоративних людських черепах.

Щодо тематичних готелів, присвячених відомим особистостям, то одним із перших став «Hollywood Roosevelt» (Лос-Анджелес, США),

відкритий у 1927 р. на честь президента Т. Рузвельта. Упродовж багатьох років готель користувався популярністю серед численних знаменитостей Голлівуду, оскільки саме там проводили першу в історії церемонію «Оскар» [4].

Ще одним раннім прикладом тематичного готелю є «Disneyland» (Анахайм, США, 1955 р.), де представлені різноманітні персонажі та локації цього казкового всесвіту. Тематичні зони закладу поділені на «вежі», кожна з яких пропонує окремі концептуальні номери [3].

Етнічна тема в готелях і ресторанах передбачає використання елементів певної культурної або етнічної групи в дизайні, декорі та/або кухні закладу. Можуть застосовуватись традиційне мистецтво, ремесла, національні чи регіональні страви, фольклор і музика. Включення етнічної тематики в оздоблення закладів гостинності має кілька переваг. По-перше, це може допомогти у створенні унікального і незабутнього досвіду для тих споживачів, які зацікавлені у знайомстві із різноманітними культурами. Заклади з етнічною тематикою, в подальшому мають потенціал перетворитися у туристичну атракцію, оскільки культура – це одна із головних речей, на яку звертають увагу туристи. При створенні закладів сфери гостинності із застосуванням етнічної теми потрібно виявляти повагу до відповідного етносу. Це означає тісну співпрацю з членами спільноти задля забезпечення точного відображення побуту та уникання культурного привласнення і стереотипів. Також важливо не зашкодити репутації етносу та не створити хибне уявлення про культуру.

Достатньо незвичайним прикладом використання етнічної тематики є готель «Luxor» у Лас-Вегасі (США), відкритий в 1993 р. Його збудували у формі піраміди, а інтер'єр відображає традиційні елементи Єгипту. Основою для концепції готелю-казино «Venetian Resort» (1999, Лас-Вегас) були архітектура та канали Венеції. Одним із найцікавіших елементів стала репліка площі Сан-Марко [6].

Поєднанням різних тем відзначився готель Madonna Inn, де кожен із 110 номерів оформлений на різну тему («Печера», «Гавайський номер», «Кімната джунглів», «Стара Мексика» тощо), зони загального користування мали тематичний декор, зокрема рожева їдальня, пісуар у вигляді водоспаду в чоловічій вбиральні та масивний камін із каменю у фойє [3].

Загалом використання креативних підходів у сфері гостинності при створенні концептуальних закладів допомагає останнім диференціювати себе, а також дозволяє приваблювати клієнтів незвичною формою організації процесу споживання послуг розміщення і харчування.

Список використаних джерел

1. Beardsworth, A., Bryman, A. (1999). Late modernity and the dynamics of quasification: the case of the themed restaurant. URL: https://journals.sagepub.com/doi/10.1111/1467-954X.00171

2. Franchetti, C., Forsgren, S. (2004). The marketing role of unique

concepts for hotels in Sweden. URL: https://www.researchgate.net/publication/277091929_The_marketing_role_of_unique_concepts_for_hotels_in_Sweden

3. Highhouse, G.B. (2011). Madonna Inn: a Hotel in context. URL: https://www.researchgate.net/publication/304218220_Madonna_Inn_A_Hotel_In_Context

4. The Hollywood Roosevelt Hotel. URL: https://en.wikipedia.org/wiki/The_Hollywood_Roosevelt_Hotel

5. The Quebec Ice Hotel is not to be missed: A Brief History Of The Hotel De Glace. URL: https://prometour.com/quebec-ice-hotel/

6. The Venetian Las Vegas. URL: https://en.wikipedia.org/wiki/The_Venetian_Las_Vegas

7. Whitaker J (2010). Birth of theme restaurant. URL: https://restaurant-ingthroughhistory.com/2010/04/01/birth-of-the-theme-restaurant/

ФОРМУВАННЯ ІМІДЖУ ПІДПРИЄМСТВ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ

Скиба А.С., здобувач вищої освіти
Київський національний університет технологій та дизайну

Ключові слова: імідж, сервіс, менеджмент, стратегія, конкурентне середовище.

Імідж є ключовим елементом у конкурентному середовищі готельно-ресторанної індустрії, від якого залежить привертання відвідувачів, їх задоволення та лояльність.

Мета дослідження: з’ясувати роль іміджу як стратегічного інструменту управління та його вплив на конкурентоспроможність та успішність підприємства.

Передумовою розвитку і успішного функціонування на ринку будь-якого підприємства є створений ним імідж. Це є важливим елементом залучення більшої кількості відвідувачів і, як наслідок, збільшення прибутку, адже це одна з головних цілей розвитку підприємства.

Сильний позитивний імідж підприємства індустрії гостинності є підтвердженням того, що підприємство володіє «здібностями», що дозволяють управляти зваженою споживачам цінністю послуг. В сучасних економічних умовах сприятливий імідж є важливим фактором конкурентоспроможності і недостатня увага до його формування і управління ним істотно зменшує можливості функціонування. [1]

Імідж - це образ організації, що у свідомості людей. Можна навіть сказати, що у будь-якій організації існує імідж поза залежністю від того, хто над ним працює, і чи працюють над ним узагалі.

У разі відпускання питання іміджу на самоплив він складеться у споживачів стихійно, і немає ніякої гарантії, що він буде адекватним і

Наукове видання

ІНТЕГРАЦІЯ НАУКИ І ОСВІТИ: РОЗВИТОК КУЛЬТУРНИХ І КРЕАТИВНИХ ІНДУСТРІЙ

Збірник матеріалів
IV Всеукраїнської науково-практичної конференції

Науковий редактор *Л.П. Макаренко, Д. С. Черняк*
Відповідальний за поліграфічне виконання *Л. Л. Овечкіна*

Підп. до друку 2025 р. Формат 60х84 1/16.
Ум. друк. арк. . Облік. вид. арк. . Наклад 16 пр. Зам. 2000.

Видавець і виготовлювач Київський національний університет технологій та дизайну.
вул. Немировича-Данченка, 2, м. Київ-11, 01011.

Свідоцтво про внесення суб'єкта видавничої справи до державного реєстру видавців, виготівників і розповсюджувачів видавничої продукції ДК № 993 від 24.07.2002.