

**Міністерство освіти і науки України**  
**Навчально-науковий інститут фінансів, економіки, управління та права**  
**Національного університету**  
**«Полтавська політехніка імені Юрія Кондратюка» (Україна)**  
**Національна школа публічного адміністрування (Канада)**  
**Варненський вільний університет Чорноризця Храбра (Болгарія)**  
**Гентський університет (Бельгія)**  
**Балтійська міжнародна академія (Латвія)**  
**Міжнародний науково-освітній та навчальний центр (Естонія)**  
**Покров Чехінвест s.r.o. (Чеська Республіка)**  
**Київський національний університет імені Тараса Шевченка (Україна)**  
**Національний технічний університет України**  
**«Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського» (Україна)**  
**Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна (Україна)**  
**Київський національний університет будівництва та архітектури (Україна)**  
**Державний торговельно-економічний Університет (Україна)**  
**Сумський державний університет (Україна)**  
**Львівський державний університет фізичної культури**  
**імені Івана Боберського (Україна)**  
**Ужгородський національний університет (Україна)**  
**Державна установа «Інститут економіки та прогнозування Національної**  
**академії наук України» (Україна)**  
**Державна установа «Інститут демографії та проблем якості життя**  
**Національної академії наук України» (Україна)**  
**Українська асоціація з розвитку менеджменту та бізнес-освіти (Україна)**  
**Полтавське територіальне відділення Всеукраїнської професійної громадської**  
**організації «Співка аудиторів України» (Україна)**  
**Торгово-промислова палата України (Україна)**



## **ЗБІРНИК**

# **III Міжнародної науково-практичної Інтернет-конференції «СТАЛИЙ РОЗВИТОК: ВИКЛИКИ ТА ЗАГРОЗИ В УМОВАХ СУЧАСНИХ РЕАЛІЙ»**



With the support of the  
Erasmus+ Programme  
of the European Union

**05 червня 2025 року**

**ПОЛТАВА**

**Ministry of Education and Science of Ukraine  
National University «Yuri Kondratyuk Poltava Polytechnic»  
Educational and Research Institute of Finance, Economy, Management and Law  
(Ukraine)  
National School of Public Administration (Canada)  
Varna Free University «Chernorizets Hrabar» (Bulgaria)  
Ghent University (Belgium)  
Baltic International Academy (Latvia)  
The International Research Education & Training Center (Estonia)  
Pokrov Czechinvest s.r.o. (Czech Republic)  
Taras Shevchenko National University of Kyiv (Ukraine)  
National Technical University of Ukraine «Igor Sikorsky Kyiv Polytechnic Institute»  
(Ukraine)  
V. N. Karazin Kharkiv National University (Ukraine)  
Kyiv National University of Construction and Architecture (Ukraine)  
State University Of Trade And Economics  
Sumy State University (Ukraine)  
Lviv State University of Physical Culture named after Ivan Bobersky (Ukraine)  
Uzhhorod National University (Ukraine)  
Public Institution «Institute for Economics and Forecasting of the National Academy  
of Sciences of Ukraine» (Ukraine)  
Public Institution «Institute for Demography and Quality of Life of the National  
Academy of Sciences of Ukraine» (Ukraine)  
Ukrainian Association for Management Development and Business Education  
(Ukraine)  
Poltava Territorial Branch of the All-Ukrainian Professional NGO «Union of Auditors  
of Ukraine» (Ukraine)  
Ukrainian Chamber of Commerce and Industry (Ukraine)**

## **COLLECTION**

### **III International Scientific and Practical Internet Conference**

#### **«SUSTAINABLE DEVELOPMENT: CHALLENGES AND THREATS IN CONDITIONS OF MODERN REALITIES»**

**June 05, 2025**



With the support of the  
Erasmus+ Programme  
of the European Union

**Poltava**

УДК 330.34-021.87”363”:342.77  
С 76

Розповсюдження та тиражування без офіційного дозволу  
Національного університету імені Юрія Кондратюка заборонено

**Редакційна колегія:**

Онищенко С.В., д.е.н., професор;  
Крекотень І.М., к.е.н., доцент;  
Глебова А.О., к.е.н., доцент;  
Глушко А.Д., к.е.н., доцент;  
Гришко В.В., д.е.н., професор;  
Карпенко Є.А., к.е.н., доцент;  
Кульчій І.О., канд. держ. упр, доцент;  
Птащенко Л.О., д.е.н., професор;  
Свистун Л.А., к.е.н., доцент;  
Чижевська М.Б., к.е.н., доцент;  
Чичкало-Кондрацька І.Б., д.е.н., професор.

**Сталий розвиток: виклики та загрози в умовах сучасних реалій** : матеріали  
С 76 III Міжнародної науково-практичної Інтернет-конференції, 05 червня 2025 р. – Полтава :  
Національний університет імені Юрія Кондратюка, 2025. – 387 с.

У збірнику матеріалів Міжнародної науково-практичної Інтернет-конференції розглянуто теоретичні, методологічні й практичні аспекти, виклики та загрози розвитку суб’єктів господарювання та держави в умовах сучасних реалій.

Досліджено теоретичні та практичні аспекти співпраці влади, менеджменту підприємства та громадських інституцій у контексті цілей сталого розвитку. Визначено проблеми та перспективи стабілізації фінансової системи як умова євроінтеграції України. Висвітлено сучасний стан та перспективи розвитку міжнародної економічної діяльності України. Досліджено особливості бухгалтерського обліку, аудиту, контролю й оподаткування суб’єктів господарювання в умовах сучасних реалій, а також окреслено перспективи соціально-економічного розвитку країни в контексті євроінтеграції.

Збірник розраховано на фахівців із фінансів, економіки та менеджменту, працівників органів державної влади й місцевого самоврядування, науковців, викладачів, аспірантів і студентів.

УДК 330.34-021.87”363”:342.77  
С 76

*Матеріали друкуються мовою оригіналів.  
За виклад, зміст і достовірність матеріалів відповідають автори*

ISBN 978-966-616-186-7

© Національний університет  
«Полтавська політехніка імені Юрія Кондратюка»

## **КАВ'ЯРНІ ЯК ЕЛЕМЕНТ ТУРИСТИЧНОГО БРЕНДУ МІСТА**

Бренд міста – це сукупність усталених цінностей, що відображають неповторні оригінальні споживчі характеристики даного міста і спільноти, які широко відомі, отримали суспільне визнання і користуються стабільним попитом споживачів. Одночасно він є найважливішим фактором конкурентних переваг і доходів, цінним активом регіональної та міської економіки [1].

Сучасний туристичний бренд міста формується не лише за рахунок історичних пам'яток або інфраструктурних об'єктів, а й через щоденні культурні практики, серед яких особливе місце займає кавова культура. Враховуючи, що гастрономічний туризм посідає важливе місце у структурі туристичної діяльності, адже смакові враження дедалі частіше стають визначальними при виборі туристичного маршруту кав'ярні виступають одним із головних компонентів гастрономічного середовища міста. Кав'ярня є тим простором, що поєднує гастрономічний досвід із культурними практиками, комунікацією та візуальною айдентикою, а також вони користуються стабільним зростаючим попитом у споживачів (каву щодня вживає 30-40% населення планети [2]).

Кав'ярні є маркером «атмосферного міста», що створює позитивні враження як у мешканців, так і в туристів. У Львові, Відні, Празі, Кракові, Тбілісі кав'ярні стали невід'ємним елементом туристичного продукту, символами стилю міського життя. У Львові кавова тематика представлена не лише в інтер'єрах закладів, а й у назвах, брендах, вуличних фестивалях і музейних просторах. У Відні кав'ярні є частиною нематеріальної культурної спадщини ЮНЕСКО, що посилює їхню цінність у туристичній сфері [3].

Успішний гастрономічний бренд міста часто асоціюється із закладами, які пропонують не лише високий рівень сервісу, а й особливий стиль подачі кави, ексклюзивні сорта зерен та оригінальні рецепти напоїв. Наприклад, культові кав'ярні Львова, Києва чи Одеси відомі не лише в Україні, а й за її межами, що сприяє збільшенню туристичного потоку [4].

В останні роки ринок кав'ярень в Україні динамічно розвивається. Наразі в країні функціонує приблизно 7 тисяч кав'ярень [2]. З одного боку, цей сегмент є перспективним для економіки України, проте з іншого – його активне зростання посилює рівень конкуренції. Крім того, бізнес у цій сфері має як можливості, так і ризики. Розуміння тенденцій, рівня обізнаності споживачів та особливостей ринку дозволяє кав'ярням ефективніше адаптуватися та розвиватися.

Кав'ярні виконують низку функцій у міському туристичному середовищі:

культурна – збереження та репрезентація традицій кавової культури, відображення локальних цінностей, стилів та традицій;

іміджева – формування унікального емоційного образу дестинації, за рахунок легкої візуалізації та запам'ятовування;

соціальна – створення дружнього простору для комунікації місцевих жителів і туристів;

маркетингова – використання елементів брендування в інтер'єрі, меню, концепції.

Кав'ярні стають інструментом просування міста через соціальні мережі, гастрономічні тури.

Сучасні кав'ярні, зокрема ті, що працюють у форматі третьої хвили, підсилюють унікальність міста через акцент на локальних продуктах, авторських блендах та індивідуальному підході до кожного відвідувача. Вони створюють додану вартість міському простору, формуючи своєрідні «гастрономічні маршрути», які приваблюють як жителів, так і туристів. Крім того, кав'ярні можуть слугувати платформою для культурних і мистецьких заходів: літературних вечорів, арт-виставок, концертів, що ще більше підсилює їхній вплив

на імідж міста. Успішні приклади кавових фестивалів та майстер-класів також сприяють популяризації міста як гастрономічного центру. Таким чином, кав'ярні відіграють ключову роль у формуванні гастрономічного бренду міста, підкреслюючи його унікальність, збагачуючи туристичний досвід і сприяючи розвитку гастрономічної культури.

Значний внесок кав'ярень спостерігається також у розвитку гастрономічного туризму Полтави: унікальні авторські концепції, локальні бренди та спеціальні кавові напої приваблюють не лише місцевих мешканців, а й туристів.

У Полтаві кав'ярні стають своєрідними культурними центрами – тут організують виставки молодих художників, вечори поезії, музичні виступи, книжкові обговорення. Кав'ярні сприяють розвитку локальної ідентичності, підтримують малий бізнес і допомагають зберігати автентичність міста.

Полтавські кав'ярні дедалі частіше використовують елементи брендингу: оригінальні логотипи, пакування кави, фото-зони, авторські напої з локальними назвами. Це не лише підсилює пізнаваність міста, а й сприяє розвитку міського туризму нового типу – заснованого на емоціях, смакових враженнях та візуальній привабливості. Таким чином, кав'ярні значною мірою впливають на сприйняття Полтави як сучасного, привітного й інноваційного міста. Вони стають обличчям міста для гостей і символом комфортного міського середовища для мешканців.

Кав'ярні стали своєрідними культурними хабами, де проходять майстер-класи, арт-події, тематичні вечори, що сприяє розвитку творчого потенціалу громади. Активність кавових закладів у соціальних мережах також популяризує Полтаву, поширюючи її позитивний імідж за межами регіону.

Крім того, сучасні кав'ярні формують культуру споживання кави: популяризують якісні зерна, розвивають кавову освіту серед гостей через дегустації та майстер-класи. Це сприяє підвищенню загального рівня культури обслуговування та розширює гастрономічну привабливість міста для туристів.

Сьогодні кав'ярні перестали бути просто місцем для швидкої чашки кави. Вони перетворилися на справжні осередки соціального життя, культові простори для проведення дозвілля. Кав'ярні об'єднують людей різного віку та інтересів: тут зустрічаються друзі, проводять ділові переговори, працюють за ноутбуком або просто насолоджуються атмосферою спокою.

Кав'ярні – це більше, ніж гастрономічні заклади: вони є маркерами ідентичності, локальними брендами, носіями сенсів і естетики. У сучасному урбаністичному брендингу вони стають важливими просторами взаємодії міста з мешканцями та туристами. Для Полтави цей ресурс є перспективним у формуванні впізнаваного, дружнього та креативного міського бренду.

### **Список використаних джерел**

1. Смирнова Т.А., Приварникова І.Ю. Формування бренду міста як інноваційний шлях підвищення його привабливості для туризму. Вісник Дніпропетровського університету. Серія: Менеджмент інновацій. 2015. 5. С. 93-100.

2. Турелик Ю. Як відкрити кав'ярню мрії: історії людей, які ризикнули й не пошкодували. 23.12.2024. URL : [https://porady.24tv.ua/vidkrittya-vlasnoyi-kavyarni-istoriyi-lyudey-brendiv-dlya-nathnennya\\_n2713410](https://porady.24tv.ua/vidkrittya-vlasnoyi-kavyarni-istoriyi-lyudey-brendiv-dlya-nathnennya_n2713410) (дата звернення: 15.05.2025).

3. Wiener Kaffeehauskultur. Immaterielles Kulturerbe. 10.2011. URL : <https://www.unesco.at/kultur/immaterielles-kulturerbe/oesterreichisches-verzeichnis/detail/article/wiener-kaffeehauskultur/> (дата звернення : 16.05.2025).

4. Про схвалення Стратегії розвитку туризму та курортів на період до 2026 року. URL : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/168-2017-%D1%80#Text> (дата звернення: 15.05.2025).