

першим туристом, за визначенням, прийнятим зараз в міжнародних документах.) Таким чином, розширення суспільних функцій туризму обумовлює й зміни в його географічному дослідженні [1, 2].

Об'єктом географії туризму є рекреаційний простір, або рекреаційна підсистема ойкумени, а предметом – територіальна організація рекреаційної діяльності населення. Тривалий час географія туризму займала невизначене положення в системі наук. Якщо її приналежність до географії очевидна, то місце, яке їй відводилося в загальній структурі географічних наук, довго залишалося предметом гострих дискусій.

Список використаних джерел

1. Худавердієва В.А., Ланков М.М. Вплив пандемії COVID-19 на зміну маркетингових інструментів в сфері міжнародного туризму. Інститут модернізації змісту освіти. Київ. 14-15.04.2022 р. С.181-184.

2. Худавердієва В.А. Державна система підтримки галузі гостинності і туризму в кризовий період. *Науково-технічний збірник «Комунальне господарство міст»*. ХНУМГ ім. О.М. Бекетова. 2022. Т.2(169). С. 91-97. <https://doi.org/10.33042/2522-1809-2022-2-169-91-97>.

СТАРТАПИ В ІНДУСТРІЇ ТУРИЗМУ І ГОСТИННОСТІ

Т. Ю. Чайка, канд. екон. наук, доц.

Л. Р. Павленко, здобувач вищої освіти

Національний технічний університет

«Харківський політехнічний інститут», м. Харків, Україна

Створення та просування стартапів – один з популярних напрямків практично у всіх галузях економіки, у тому числі й у сфері туризму і гостинності. За Стівом Бланком, *стартап* – тимчасова організація, що створена для пошуку нової прибуткової, відтвореної і масштабованої бізнес-моделі [1]. У разі успіху стартап з часом трансформується у повноцінний бізнес.

Характеристики стартапу:

- бізнес перебуває на початковому етапі свого розвитку, має коротку історію операційної діяльності;
- спрямований на використання інновацій;
- потребує інвестицій для перетворення своєї бізнес-ідеї на готовий унікальний продукт, виходу на ринок та подальшого масштабування;

- орієнтований на високу рентабельність;
- як правило, пов'язаний з високим підприємницьким ризиком, працює в «умовах крайньої невизначеності» [2].

Попереднє вивчення тенденцій та потреб, що тільки зароджуються, може стати корисною основою успішного стартапу. Зазначимо сучасні тренди, врахування яких може стати у нагоді при розробці стартапу в галузі туризму та гостинності:

- поєднання корпоративних поїздок з активним відпочинком (bleisure);
- відпустки з елементами роботи та відпочинку (workations);
- стійкі подорожі (sustainable travel), туризм, що підтримує концепцію сталого розвитку, екологічність та зниження негативного впливу на довкілля;
- автентичний досвід (local experiences), занурення у життя місцевих громад;
- оздоровчі подорожі (wellness travel), які допомагають розпочати або підтримувати здоровий спосіб життя;
- цифрове кочівництво (digital nomadism): представники багатьох професій отримали можливість працювати дистанційно, тому багато хто з них воліє працювати віддалено та подорожувати під час роботи, поєднуючи роботу з подорожами всім світом;
- персоналізація (personalization).

У таблиці представлена інформація про деякі успішні стартап-проекти та про тенденції, які вони охоплюють.

Таблиця

Успішні стартапи та тенденції, які вони охоплюють

Тенденції	Стартапи		
	Travelin.ai	Nomad Stays	Origin
Bleisure	+		
Workations		+	
Sustainable Travel	+	+	+
Local Experiences			+
Wellness Travel	+		
Digital Nomadism		+	
Personalization			+

Примітка. Складено за даними джерела [3].

Стартап *Travelin.ai* – онлайн-платформа, орієнтована на допомогу в плануванні *bleisure*-поїздки. За допомогою цього стартапу і бізнес, і відпочинок можна поєднувати в одному бронюванні:

платформа автоматично поділяє витрати за цими напрямками.

Стартап *Nomad Stays* – туристична платформа для «цифрових кочівників», що призначена для бронювання житла. Всі варіанти проживання мають стабільне цілодобове Wi-Fi-з'єднання та умови для віддаленої роботи (робочі місця).

Стартап *Origin* – онлайн-додаток, який поєднує знання та досвід залучених експертів (кураторів) з алгоритмами машинного навчання для пошуку оптимальних пропозицій індивідуальних поїздок для своїх клієнтів. Вважається, що успіх тревел-стартапу може принести поєднання кількох сучасних трендів у галузі туризму та гостинності.

Список використаних джерел

1. Blank S., Dorf B. The Startup Owner's Manual. The Step-by-Step Guide for Building a Great Company. Pescadero, California, USA: K&S Ranch, Inc. Publishers, 2019.
2. Ziakis C., Vlachopoulou M., Petridis K. Start-Up Ecosystem (StUpEco): A Conceptual Framework and Empirical Research. *J. Open Innov. Technol. Mark. Complex.* 2022. № 8(35). URL: <https://doi.org/10.3390/joitmc8010035>.
3. Travel Startups and Tourism Trend to Invest In. *Altexsoft.* 26 Aug, 2022. URL: <https://www.altexsoft.com/blog/travel-startups-trends/>

НАПРЯМИ РОЗРОБКИ ЕФЕКТИВНОЇ МАРКЕТИНГОВОЇ СТРАТЕГІЇ ПІДПРИЄМСТВ ГАЛУЗІ ТУРИЗМУ (САНАТОРНО-КУРОРТНОГО КОМПЛЕКСУ)

Н.В. Чуйко, канд. екон. наук, доц.

В.А. Худавердісва, канд. екон. наук, доц.

С.Г. Загоруйко, магістрант

Державний біотехнологічний університет, м. Харків, Україна

Туристична галузь, яка завжди була стабільним джерелом доходу, зараз переживає складний період своєї історії. Туризм зачіпає велику кількість галузей, а саме: транспортну, житлову, будівельну, громадського харчування, розваг, охорони здоров'я, зв'язку і торгівлі, зважаючи на те, що індустрія туризму має велике економічне і соціальне значення. Вона є могутньою базою робочих місць для населення країн всього світу, джерелом поповнення державного бюджету, розвиває всі галузі, пов'язані з виробництвом туристського