



Міністерство освіти і науки України
 Комунальний заклад вищої освіти «Хортицька національна
 навчально-реабілітаційна академія» Запорізької обласної ради (Україна)

Партнери проведення конференції

Університет Масарика (Чеська Республіка)

Вища школа агробізнесу в Ломжі (Республіка Польща)

Вища школа економіки в Бидгощі (Республіка Польща)

Вища школа бізнесу (Республіка Польща)

Сілезький Університет (Республіка Польща)

Економічний університет – Варна (Республіка Болгарія)

Бельцький державний університет

імені Алеку Руссо (Республіка Молдова)



MUNI



ЗБІРНИК ТЕЗ ДОПОВІДЕЙ

III Міжнародної науково-практичної конференції
 «ОСВІТНІ І КУЛЬТУРНО-МИСТЕЦЬКІ ПРАКТИКИ
 В КОНТЕКСТІ ІНТЕГРАЦІЇ УКРАЇНИ У МІЖНАРОДНИЙ
 НАУКОВО-ІННОВАЦІЙНИЙ ПРОСТІР»

12–13 травня 2022 року

Запоріжжя, Україна

Міністерство освіти і науки України
Департамент освіти і науки Запорізької обласної державної адміністрації
Комунальний заклад вищої освіти «Хортицька національна навчально-реабілітаційна академія»
Запорізької обласної ради

Ministry of Education and Science of Ukraine
Department of Education and Science of Zaporizhzhia Regional State Administration
Municipal Institution of Higher Education “Khortytsia National Educational and Rehabilitation Academy”
of Zaporizhzhia Regional Council



ЗБІРНИК ТЕЗ ДОПОВІДЕЙ

III Міжнародної науково-практичної конференції студентів та молодих вчених
«ОСВІТНІ І КУЛЬТУРНО-МИСТЕЦЬКІ ПРАКТИКИ В КОНТЕКСТІ ІНТЕГРАЦІЇ УКРАЇНИ
У МІЖНАРОДНИЙ НАУКОВО-ІННОВАЦІЙНИЙ ПРОСТІР»

BOOK OF ABSTRACTS
of the III International scientific and practical conference of students and young researchers
“EDUCATIONAL, CULTURAL AND ARTISTIC PRACTICES IN THE CONTEXT OF UKRAINE’S
INTEGRATION
INTO THE INTERNATIONAL SCIENTIFIC AND INNOVATIVE SPACE”

12-13 травня 2022 року
May 12-13, 2022

Запоріжжя, Україна
Zaporizhzhia, Ukraine

*Рекомендовано до друку Вченою радою комунального закладу вищої освіти
«Хортицька національна навчально-реабілітаційна академія» Запорізької обласної ради
(протокол № 8 від 29 червня 2022 року)*

Редакційна колегія:

В. В. Нечипоренко (відповідальний редактор), доктор педагогічних наук, професор, Хортицька національна академія;

Н. М. Гордієнко, доктор соціологічних наук, професор, Хортицька національна академія;

Н. В. Руколянська, кандидат філологічних наук, доцент, Хортицька національна академія;

Б. В. Корнелюк, кандидат філологічних наук, доцент, Хортицька національна академія;

М. С. Кудінова, кандидат психологічних наук, Хортицька національна академія;

О. М. Галієва, кандидат психологічних наук, Хортицька національна академія;

О. О. Сташук, кандидат педагогічних наук, Хортицька національна академія;

О. Ф. Фурман, кандидат філологічних наук, Хортицька національна академія.

Бібліографічні редактори:

Єњева С. В., бібліотекар-бібліограф, Хортицька національна академія;

Прохорова С. П., бібліотекар-бібліограф, Хортицька національна академія;

Двореченцева А. С., методист, Хортицька національна академія.

О 72

Освітні і культурно-мистецькі практики в контексті інтеграції України у міжнародний науково-інноваційний простір : збірник тез доповідей III Міжнародної науково-практичної конференції студентів та молодих вчених (м. Запоріжжя, 12-13 травня 2022 р.) / за заг. ред. В. В. Нечипоренко. Запоріжжя : Вид-во Хортицької національної академії, 2022. 604 с.

Educational, Cultural and Artistic Practices in the Context of Ukraine's Integration into the International Scientific and Innovative Space : Book of Abstracts of the III International scientific and practical conference of students and young researchers (Zaporizhzhia, May 12-13, 2022) / General editor V. Nechyporenko. Zaporizhzhia : Publishing House of Khortytsia National Academy, 2022. 604 p.

ISBN 978-617-7929-01-6

Збірник містить тези доповідей учасників III Міжнародної науково-практичної конференції студентів і молодих вчених «Освітні і культурно-мистецькі практики в контексті інтеграції України у міжнародний науково-інноваційний простір», приуроченої до Дня науки в Україні та організованої науково-педагогічним колективом Хортицької національної академії у співпраці з українськими і зарубіжними партнерами. Опубліковані тези доповідей розкривають специфіку й інноваційний досвід розв'язання актуальних проблем освітніх і культурно-мистецьких практик у глобальному громадянському суспільстві з урахуванням наукових досліджень і практичної діяльності у галузях початкової освіти, корекційної педагогіки, спеціальної психології, фізичної терапії, ерготерапії, соціальної роботи та соціальної педагогіки, сучасних тенденцій розвитку мистецтва, дизайну, соціально-гуманітарних наук, менеджменту та туризму.

Збірник адресовано науково-педагогічним працівникам, аспірантам, студентам і широкому колу фахівців суспільно-гуманітарного профілю.

Редакційна колегія може не поділяти концептуальні ідеї авторів та інтерпретаційні підходи, репрезентовані у змісті тез. Відповідальність за достовірність поданих матеріалів, наведених цитат, статистичних та емпіричних даних несуть учасники та їхні наукові керівники згідно з юридичними й етичними нормами академічної доброчесності.

УДК [37+7](477):001.83

ISBN 978-617-7929-01-6

© Автори тез, 2022

© Комунальний заклад вищої освіти «Хортицька національна навчально-реабілітаційна академія» Запорізької обласної ради, 2022

ЗМІСТ

РОЗДІЛ 1

СПЕЦІАЛЬНА ОСВІТА: ПРОБЛЕМИ, ПЕРСПЕКТИВИ, ІННОВАЦІЇ

Бєбїк Ольга Іванівна ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ РОЗВИТКУ ЛЕКСИЧНОЇ СТОРОНИ МОВЛЕННЯ В ДІТЕЙ ДОШКІЛЬНОГО ВІКУ ІЗ ЗНМ.....	16
Бовчальок Катерина Миколаївна ОСОБЛИВОСТІ РОЗВИТКУ ФОНЕМАТИЧНОГО СПРИЙНЯТТЯ У ДІТЕЙ З ДИЗАРТРИЄЮ.....	18
Бондар Полїна Маркївна СПЕЦИФІКА РОЗВИТКУ САМООЦІНКИ У ДІТЕЙ ІЗ ПОРУШЕННЯМ МОВЛЕННЯ.....	20
Бондаренко Ілона Сергїївна ФОРМУВАННЯ ЗДАТНОСТІ ДО САМОРЕГУЛЯЦІЇ У ДОШКІЛЬНИКІВ З СИНДРОМОМ ДАУНА (ДО ПОСТАНОВКИ ПРОБЛЕМИ).....	21
Будник Олександра Юрїївна ПЕДАГОГІЧНА ЕМПАТІЇ ЯК ПОКАЗНИК ГОТОВНОСТІ АСИСТЕНТА ВЧИТЕЛЯ ДО РОБОТИ З УЧНЯМИ В УМОВАХ ІНКЛЮЗІЇ.....	23
Бучко Юлія Дмитрїївна ДО ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ МОНОЛОГІЧНОГО МОВЛЕННЯ МОЛОДШИМИ ШКОЛЯРАМИ ІЗ РОЗЛАДАМИ АУТИСТИЧНОГО СПЕКТРА.....	25
Ворко Тетяна Вікторївна ПСИХОЛОГО-ПЕДАГОГІЧНИЙ СУПРОВІД ДІТЕЙ З ГЛИБОКИМИ ПОРУШЕННЯМИ ЗОРУ В УМОВАХ СПЕЦІАЛЬНОГО ЗАГАЛЬНООСВІТНЬОГО ЗАКЛАДУ (ДО ПОСТАНОВКИ ПРОБЛЕМИ).....	27
Воробець Алїна Вадимївна ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ ЗВ'ЯЗНОГО ДІАЛОГІЧНОГО МОВЛЕННЯ ДІТЕЙ СТАРШОГО ДОШКІЛЬНОГО ВІКУ ЗІ СТЕРТОЮ ФОРМОЮ ДИЗАРТРИЇ ЗАСОБАМИ РОБОТИ З ХУДОЖНИМИ ТВОРАМИ.....	28
Воротинцева Олена Олександрївна, Бондаренко Юлія Анатолїївна РОБОТА ІНКЛЮЗИВНО-РЕСУРСНИХ ЦЕНТРІВ У ПЕРІОД ВОЄННОГО СТАНУ.....	30
Галїєва Ольга Михайлївна, Стовбун Ангелїна Олексїївна ОСОБЛИВОСТІ ФОНЕМАТИЧНОГО СПРИЙМАННЯ ДІТЕЙ СТАРШОГО ДОШКІЛЬНОГО ВІКУ ІЗ ДИСЛАЛІЄЮ.....	31
Гаменко Валерїя Едуардївна ЗАСОБИ РОЗВИТКУ УЯВИ ДІТЕЙ СТАРШОГО ДОШКІЛЬНОГО ВІКУ.....	34
Гаменко Валерїя Едуардївна ОСОБЛИВОСТІ ЗАСТОСУВАННЯ ДИДАКТИЧНИХ ІГОР В ЛОГОПЕДИЧНІЙ РОБОТІ З ДІТЬМИ СТАРШОГО ДОШКІЛЬНОГО ВІКУ.....	35
Гончарова Юлія Олександрївна ОСОБЛИВОСТІ РОЗВИТКУ ПІЗНАВАЛЬНОГО ІНТЕРЕСУ.....	37
Горшкова Галїна Володимирївна ЦИФРОВІ ІНСТРУМЕНТИ ДИСТАНЦІЙНОГО НАВЧАННЯ ЗДОБУВАЧІВ ВИЩОЇ ОСВІТИ В УМОВАХ ПОСТКОВІДНОГО ОСВІТНЬОГО ПРОСТОРУ.....	39
Дєргач Маргарита Альфрїтївна ЕМОЦІЙНА СКЛАДОВА КОМУНІКАТИВНОЇ КОМПЕТЕНТНОСТІ МОЛОДШИХ ШКОЛЯРІВ З РОЗЛАДАМИ АУТИСТИЧНОГО СПЕКТРУ.....	41
Дик Анастасїя Русланївна ОСОБЛИВОСТІ ФОНЕМАТИЧНОГО СПРИЙНЯТТЯ У ДІТЕЙ ЗІ СТЕРТОЮ ФОРМОЮ ДИЗАРТРИЇ.....	42
Доновська Оксана Володимирївна РОЗВИТОК ЗВ'ЯЗНОГО МОВЛЕННЯ В ДІТЕЙ МОЛОДШОГО ШКІЛЬНОГО ВІКУ ІЗ ЗАТРИМКОЮ ПСИХІЧНОГО РОЗВИТКУ ШЛЯХОМ ВИКОРИСТАННЯ МНЕМОТАБЛИЦЬ.....	44
Зверєва Анастасїя Ігорївна ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ КОМУНІКАТИВНИХ НАВИЧОК У ДІТЕЙ З РОЗЛАДАМИ АУТИСТИЧНОГО СПЕКТРА.....	45
Каптьол Оксана Олександрївна ОСОБЛИВОСТІ РОЗВИТКУ ЗАГАЛЬНОЇ ТА ДРІБНОЇ МОТОРИКИ У ДІТЕЙ СТАРШОГО ДОШКІЛЬНОГО ВІКУ ЗІ СТЕРТОЮ ФОРМОЮ ДИЗАРТРИЇ ЗАСОБАМИ ЛОГОПЕДИЧНОЇ РИТМІКИ.....	47
Карлова Дар'я Валерїївна ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ САМОКОНТРОЛЯ У ДІТЕЙ МОЛОДШОГО ШКІЛЬНОГО ВІКУ ІЗ ЗПР.....	48

Безрукова Ольга ВИЩА ОСВІТА В УКРАЇНІ: ВИКЛИКИ ТА НОВІ МОЖЛИВОСТІ.....	509
Глуценко Ганна Борисівна ПОШИРЕНІ МОДЕЛІ СКОРОЧЕНЬ В АНГЛОМОВНИХ INSTAGRAM-ПОВІДОМЛЕННЯХ МУЗИЧНОЇ ТЕМАТИКИ.....	511
Гордієнко Наталія Миколаївна АНАЛІТИЧНО-ІНТЕРПРЕТАЦІЙНІ ТЕНДЕНЦІЇ СОЦІОЛОГІЧНОЇ АРХЕТИПІКИ.....	513
Гуменюк Ірина Михайлівна ЕКСПЕРИМЕНТАЛЬНА МЕТОДИКА НАВЧАННЯ УКРАЇНСЬКОЇ МОВИ ЗА ПРОФЕСІЙНИМ СПРЯМУВАННЯМ МАЙБУТНІХ ПЕДАГОГІВ: ОРГАНІЗАЦІЯ ДІАГНОСТИЧНОГО ЕТАПУ.....	516
Катаєв Станіслав Львович МОЛОДІЖНА ПІСНЯ ЯК ОЗНАКА СОЦІОКУЛЬТУРНИХ ПЕРЕТВОРЕНЬ.....	518
Korneliuk Bohdan ON REDEFINING THE ROLE OF ARTS AND HUMANITIES IN HIGHER EDUCATION: IN SEARCH FOR THE ESCAPE FROM THE PRAGMATISM TRAP.....	519
Кузнецова Дарина ФОРМУВАННЯ ЧИСТОТИ МОВЛЕННЯ МАЙБУТНІХ ЛОГОПЕДІВ.....	521
Кузьмін Віктор Володимирович, Стадник Альона Георгіївна СОЦІАЛЬНИЙ ЕКСКУРС КАР'ЄРНИХ ВПОДОБАНЬ УКРАЇНСЬКОГО СУСПІЛЬСТВА.....	523
Леощенко Дмитро Іванович СОЦІАЛЬНЕ ПРОГНОЗУВАННЯ: НАУКОВЕ ПЕРЕДБАЧЕННЯ ЧИ ДИЛЕТАНТИЗМ?.....	524
Магальяс Марина Валеріївна ВРАХУВАННЯ РЕГІОНАЛЬНОГО ТА ЗАГАЛЬНОНАЦІОНАЛЬНОГО АСПЕКТІВ ЯК ОДНОГО ІЗ ОСНОВНИХ ЧИННИКІВ РОЗВИТКУ ЦІННІСНИХ ОРІЄНТАЦІЙ ОСОБИСТОСТІ ЗДОБУВАЧІВ ВИЩОЇ ОСВІТИ.....	526
Мансурова Маргарита Рамісівна ПРОБЛЕМА ПОСТМОДЕРНІЗМУ В СУЧАСНІЙ ФІЛОСОФІЇ.....	528
Олійник Ірина Володимирівна, Пальчик Катерина Євгеніївна ІННОВАЦІЙНІ ФОРМИ САМООСВІТИ ПЕДАГОГА В ПЕРСПЕКТИВІ РОЗВИТКУ ОСВІТИ.....	530
Пилипчук Юлія Олександрівна СПЕЦИФІКА ВИКОРИСТАННЯ МЕТОДІВ РИТОРИЧНОГО АРГУМЕНТУВАННЯ У ПЕДАГОГІЧНІЙ СФЕРІ.....	532
Руколянська Наталія Василівна ЛОГІКО-ЛІНГВАЛЬНА СТРУКТУРА УКРАЇНСЬКОЇ ЮРИДИЧНОЇ ТЕРМІНОЛОГІЇ.....	534
Romanowska M., Okulicz-Kozaryn Walery KNOWLEDGE MANAGEMENT: ANALYSIS OF PUBLIC FINANCING OF HIGHER EDUCATION IN POLAND.....	535
Самойленко Катерина Сергіївна УКРАЇНСЬКА НАЦІОНАЛЬНА ІДЕНТИЧНІСТЬ В УМОВАХ ВИКЛИКІВ СЬОГОДЕННЯ.....	538
Сімічева Юлія Миколаївна ВИКОРИСТАННЯ ЦИФРОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ В НАВЧАННІ ІНОЗЕМНИХ МОВ СТУДЕНТІВ ВИЩИХ НАВЧАЛЬНИХ ЗАКЛАДІВ.....	539
Sokolovska Irina, Prybora Nataliia, Goncharenko Alexander, Zarytska Valentyna, Hryshyna Tetiana, Kovtun Roman, Bulanov Valerii PROBLEMS AND BENEFITS OF DISTANCE LEARNING IN TODAY'S CONDITIONS.....	541
Стояцька Ганна Михайлівна ЛОГІЧНЕ МИСЛЕННЯ І КОГНІТИВНА НАУКА: МІРКУВАННЯ ТА ВЗАЄМОДІЯ.....	543
Ткач Володимир Валентинович КОУТУ-МІШТУ. САМОБУТНЯ КРИХІТНА ДЕРЖАВА ТА ЇЇ ІСТОРІЯ.....	545
Хоптій Мар'яна Іванівна АЙДЕНТИКА ЯК СПОСІБ ВИДІЛИТИСЯ СЕРЕД КОНКУРЕНТІВ.....	546
Svitlana Tsymbal KEY LEVERS OF DISTANCE LEARNING.....	548
Южека Роман Сергійович ПРОБЛЕМНІ ПИТАННЯ ПІДТРИМКИ МОЛОДИХ НАУКОВЦІВ.....	550

РОЗДІЛ 8

ПРОБЛЕМИ ТА АКТУАЛЬНІ ЗАВДАННЯ РОЗВИТКУ МЕНЕДЖМЕНТУ ТА ТУРИЗМУ В СУЧАСНИХ УМОВАХ

Бабко Наталя Миколаївна ОСОБЛИВОСТІ ЕКОЛОГІЧНОГО МАРКЕТИНГУ.....	551
Батаєва Анастасія Антонівна ОСОБЛИВОСТІ РОЗВИТКУ МЕДИЧНОГО ТУРИЗМУ В СВІТІ ТА УКРАЇНІ.....	552
Бріцина Юлія Володимирівна ОСОБЛИВОСТІ РЕАЛІЗАЦІЇ ДЕРЖАВНИХ ПРОГРАМ СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ НА ПРИКЛАДІ ЗАПОРІЗЬКОГО РЕГІОНУ.....	554

РОЗДІЛ 8 ПРОБЛЕМИ ТА АКТУАЛЬНІ ЗАВДАННЯ РОЗВИТКУ МЕНЕДЖМЕНТУ ТА ТУРИЗМУ В СУЧАСНИХ УМОВАХ

Бабко Наталя Миколаївна,
кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри маркетингу, управління репутацією та клієнтським досвідом,
Державний біотехнологічний університет,
м. Харків, Україна

ОСОБЛИВОСТІ ЕКОЛОГІЧНОГО МАРКЕТИНГУ

На сьогоднішній день все більшого значення набуває необхідність розуміння поведінки споживачів у контексті усвідомленого споживання. Осмислення наслідків екологічних проблем, постійне підвищення обізнаності у даній сфері та зростаюча стурбованість суспільства спричинили необхідність розуміння факторів, які впливають на споживачів при виборі екотоварів у контексті стійкого зростання емності ринку таких товарів. Відповідно до таких тенденцій у поведінці споживачів, виробники коригують свої сервісні та товарні пропозиції, а це в свою чергу стимулює розвиток екологічного маркетингу.

Концепція екологічного маркетингу виникла у межах відомої концепції сталого розвитку. Концепція екологічного маркетингу, насамперед, стосується факторів, що впливають на навколишнє середовище, і припускає, що із розвитком нових технологій зменшуються й екологічні проблеми. В даний час поняття «екологічний маркетинг» проходить своє становлення і на поточний момент немає єдиного визначення цього поняття.

За даними Американської маркетингової асоціації екологічний маркетинг можна визначити як «маркетинг продуктів, які вважаються екологічно безпечними» [7]. Це означає, що концепція екологічного маркетингу включає широкий спектр дій і процесів, таких як зміна продукту та упаковки, зміна виробничих процесів та реклама.

Також можна відзначити, що екологічний маркетинг – це соціальний процес, внаслідок якого суспільство відчуває моральну потребу споживати таким чином, щоб найменше впливати на довкілля. Споживання екологічно чистих товарів є важливим способом захисту довкілля. Такі тенденції сучасного споживання постійно збільшують кількість екологічно орієнтованих споживачів.

Екологічно свідомо купівельна поведінка, зазвичай, асоціюється з покупкою відповідальним, етичним, стійким та екологічно чистим способом. Прийняття такої поведінки є центральним аспектом досягнення стійкості. Екоповедінка, як правило, пов'язана із споживанням товарів, які не викликають забруднення і не завдають шкоди природному середовищу. Крім того, така поведінка включає занепокоєння щодо стійкості ресурсів для майбутніх поколінь, скорочення надмірного споживання, вибір продуктів з високою міцністю, високою якістю та екологічним маркуванням, а також скорочення споживання ресурсів та енергії [2].

Проте варто зазначити, що незважаючи на велику кількість споживачів, які висловлюють занепокоєння щодо екологічних проблем, ці побоювання перетворюються на конкретні дії тільки у тому випадку, коли з боку споживачів не потрібні надмірні зусилля, наприклад такі як кардинальна зміна способу життя [1; 3].

Споживачі не завжди приймають рішення про покупку в залежності від свого ставлення до навколишнього середовища. Як показує практика, більшість споживачів надають перевагу екологічно чистому товару у порівнянні з менш безпечним. Однак, як правило, споживачі не платитимуть більше за екологічно чистий продукт. Крім того, споживачі можуть скептично ставитися до якості, ефективності та доступності екологічно чистих продуктів, а також до екологічного маркетингу. До того ж, багато екологічно чистих продуктів є інноваційними та вимагають від споживачів нової поведінки.

Крім індивідуальних мотивів, визначають і інші фактори, що впливають на споживачів при покупці екологічно чистих продуктів: доступність та достовірність інформації, тип комунікацій та екологічні вимоги до таких товарів і послуг.

Ми вважаємо, що на формування намірів споживачів придбати екологічно чисті товари впливають такі основні фактори: політика екологічно чистих брендів, знання про стан навколишнього середовища, передбачуваний вплив товару/послуги, що обирається на навколишнє середовище та ін.

При цьому, наявність строгих стандартів на екологічно чисті продукти харчування, надійність міжнародних сертифікатів, більш висока якість екопродуктів сприймається покупцями як гарантія безпеки споживання [4].

Основними інструментами екологічного маркетингу є: реклама, маркування та екологічний брендинг, в той час як дизайн, ціна, упаковка, транспортування та канали реалізації екологічно чистого продукту є факторами, що впливають на намір зробити покупку. Нижча ціна, легший доступ, більш високий дохід, більш якісні продукти, чіткіше маркування є факторами, які необхідно враховувати у маркетингу екопродуктів [5; 6; 8].

Таким чином, у сьогодишніх реаліях маркетинг екологічних товарів зіштовхується з проблемою розриву між бажанням споживачів придбати екологічно чистий товар та реальним відсотком покупок відповідних товарів. Розуміння умов екологічно чистої поведінки споживача може допомогти усуненню перешкод у екоспоживанні. Рішення споживачів щодо купівлі екологічно чистих продуктів/послуг можуть сприяти усуненню наслідків погіршення стану довкілля та стати потужним стимулом для компаній з метою поліпшення своїх екологічних показників. Розуміння поглядів споживачів на намір придбати екотовари є дуже важливим у сфері маркетингу, оскільки це допоможе сформулювати відповідні стратегії для розвитку ринків при просуванні екологічно чистих товарів.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Бабко Н. М. Сутність та особливості формування маркетингових комунікацій компанії. *Креативний простір* : електрон. наук. журн. Харків : СГ НТМ «Новий курс», 2021. № 2. С. 102–103.
2. Горчак Д. С., Бабко Н. М. Особливості розвитку аграрного маркетингу в Україні. «Сучасний маркетинг: стратегічне управління та інноваційний розвиток» : матеріали Міжнародної науково-практичної конференції до 90-річчя заснування ХНТУСГ (м. Харків, 30 квітня 2020 р.). Харків : ХНТУСГ, 2020. С. 77–79.
3. Квятко Т. М., Бабко Н. М. Проблемні аспекти розвитку промислового сектору України. *Регіональна економіка та управління*. 2019. № 2 (24), Ч. I. С. 131–135.
4. Носкова К. Є., Бабко Н. М. Маркетингове забезпечення ринку органічної продукції. «Сучасний маркетинг: стратегічне управління та інноваційний розвиток» : матеріали Міжнародної науково-практичної конференції до 90-річчя заснування ХНТУСГ (м. Харків, 30 квітня 2020 р.). Харків : ХНТУСГ, 2020. С. 181–184.
5. Носкова К. Є., Бабко Н. М. Проблеми виробництва органічної продукції в Україні. *Вісник студентського наукового товариства*. Харків : ХНТУСГ, 2019. Вип. 2. С. 191–193.
6. Поведінка споживача : навч. посіб. / Н. М. Бабко та ін. Харків : ХНТУСГ, 2020. 165 с.
7. American Marketing Association [Електронний ресурс]. URL: <https://www.ama.org>.
8. Strategic analysis of export activities of enterprises to ensure sustainable development. / Elina Pakhucha and others. *European Journal of Sustainable Development*. 2021. Vol. 10, № 4. P. 251–270.

Батаєва Анастасія Антонівна,
студенка 4 курсу спеціальності 242 Туризм,
Хортицька національна академія,
м. Запоріжжя, Україна
Науковий керівник – **Юхновська Ю. О.,**
доктор економічних наук, доцент,
завідувач кафедри менеджменту та туризму,
Хортицька національна академія,
м. Запоріжжя, Україна

ОСОБЛИВОСТІ РОЗВИТКУ МЕДИЧНОГО ТУРИЗМУ В СВІТІ ТА УКРАЇНІ

Особливістю медичного туризму є організація виїзних і в'їзних турів; внутрішніх поїздок лікувального, оздоровчого, реабілітаційного характеру; індивідуальних і групових поїздок; тривалих подорожей і «поїздок вихідного дня» для відпочинку та релаксації. Всі ці туристичні послуги можна назвати «медичним туризмом», але всі вони мають бути прив'язані до послуг спеціалізованого медичного або санаторно-профілактичного закладу, які надають ці послуги. З цієї причини туроператори