

Міністерство освіти і науки України
Рада молодих вчених при Міністерстві освіти і науки України
ВГО «Інноваційний університет»
Управління культури і туризму Харківської обласної державної адміністрації
Харківський обласний туристсько-спортивний союз
Харківський національний університет міського господарства імені О.М. Бекетова
Науково-дослідний центр індустріальних проблем розвитку НАН України, м. Харків
Варненський вільний університет (Болгарія)
AGH Науково-технічний університет (Польща)
Varna University of Management (Болгарія)
ВНПЗ «Дніпровський гуманітарний університет»
Волинський національний університет імені Лесі Українки, м. Луцьк
Державний біотехнологічний університет, м. Харків
Донецький національний університет імені Василя Стуса
Донецький національний університет економіки і торгівлі імені Михайла Туган-Барановського
Запорізький національний університет
Інститут історії України НАН України, м. Київ
Луганський національний університет імені Тараса Шевченка
Луцький національний технічний університет
Львівський національний університет ім. Івана Франка
Національний авіаційний університет, м. Київ
Національний університет «Запорізька політехніка»
Національний університет фізичного виховання і спорту України, м. Київ
Національний технічний університет «Дніпровська Політехніка»
Одеський національний морський університет
Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника, м. Івано-Франківськ
Харківський національний університет імені В.Н. Каразіна
Харківський національний економічний університет імені Семена Кузнеця
Херсонський державний аграрно-економічний університет
Хмельницький інститут МАУП

«СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ ІНДУСТРІЇ ТУРИЗМУ ТА ГОСТИННОСТІ: ГЛОБАЛЬНІ ВИКЛИКИ»



*МАТЕРІАЛИ МІЖНАРОДНОЇ
НАУКОВО-ПРАКТИЧНОЇ ІНТЕРНЕТ-КОНФЕРЕНЦІЇ*



ХАРКІВ-2022

Міністерство освіти і науки України
Рада молодих вчених при Міністерстві освіти і науки України
ВГО «Інноваційний університет»
Управління культури і туризму Харківської обласної державної адміністрації
Харківський обласний туристсько-спортивний союз
Харківський національний університет міського господарства імені О.М. Бекетова
Науково-дослідний центр індустріальних проблем розвитку НАН України, м. Харків
Варненський вільний університет (Болгарія)
AGH Науково-технічний університет (Польща)
Varna University of Management (Болгарія)
ВНПЗ «Дніпровський гуманітарний університет»
Волинський національний університет імені Лесі Українки, м. Луцьк
Державний біотехнологічний університет, м. Харків
Донецький національний університет імені Василя Стуса
Донецький національний університет економіки і торгівлі імені Михайла Туган-Барановського
Запорізький національний університет
Інститут історії України НАН України, м. Київ
Луганський національний університет імені Тараса Шевченка
Луцький національний технічний університет
Львівський національний університет ім. Івана Франка
Національний авіаційний університет, м. Київ
Національний університет «Запорізька політехніка»
Національний університет фізичного виховання і спорту України, м. Київ
Національний технічний університет «Дніпровська Політехніка»
Одеський національний морський університет
Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника, м. Івано-Франківськ
Харківський національний університет імені В.Н. Каразіна
Харківський національний економічний університет імені Семена Кузнеця
Херсонський державний аграрно-економічний університет
Хмельницький інститут МАУП

«СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ ІНДУСТРІЇ ТУРИЗМУ ТА ГОСТИННОСТІ: ГЛОБАЛЬНІ ВИКЛИКИ»

МАТЕРІАЛИ МІЖНАРОДНОЇ НАУКОВО-ПРАКТИЧНОЇ ІНТЕРНЕТ-КОНФЕРЕНЦІЇ

Харків – 2022

«Сучасні тенденції розвитку індустрії туризму та гостинності: глобальні виклики»: матеріали міжнародної науково-практичної інтернет-конференції, м. Харків / колектив авторів; Харківський національний університет міського господарства імені О.М. Бекетова, 2022. – 210 с.

Доповіді науково-практичної інтернет-конференції містять результати досліджень стосовно теоретичних, методичних та практичних підходів щодо розвитку міжнародного та внутрішнього туризму; розвитку гостинності та інфраструктури дестинацій; економіки, менеджменту та маркетингу підприємств індустрії туризму і гостинності; розвитку інновацій, інформаційних та digital-технологій в індустрії туризму і гостинності; організації екскурсійного обслуговування в дестинаціях. Призначено для наукових, науково-педагогічних працівників, фахівців з туризму та економіки, студентів, аспірантів.

Роботи друкуються в авторській редакції. Редакційна колегія не несе відповідальності за достовірність статистичної та іншої інформації, яку надано в рукописах, а також коректність цитованості матеріалу, і залишає за собою право не розподіляти поглядів деяких авторів на питання, що розглянуто на конференції.

Організаційний комітет:

Голова: *Бабасєв В. М.*, ректор ХНУМГ ім. О. М. Бекетова, д-р наук з держ. управління, професор

Заступник голови: *Сухонос М. К.*, проректор з наукової роботи ХНУМГ ім. О. М. Бекетова, д-р техн. наук, професор

Члени організаційного комітету:

Писаревський І. М., директор навчально-наукового інституту економіки і менеджменту ХНУМГ ім. О. М. Бекетова, д-р екон. наук, професор;

Оболенцева Л. В., завідувачка кафедри Туризму і готельного господарства, д-р екон. наук, професор;

Dimitrina Kamenova, Professor, PhD (VUM, Barna, Bulgaria);

Giuseppe T. Cirella, Professor, PhD, Director and Head of Research Polo Centre of Sustainability;

Богдан Н. М., д-р екон. наук, професор кафедри Туризму і готельного господарства ХНУМГ ім. О.М. Бекетова;

Угоднікова О. І., канд. екон. наук, доцент, голова Первинної профспілкової організації студентів ХНУМГ ім. О. М. Бекетова, голова ГО «Надихай», член Центрального комітету Профспілки працівників освіти і науки України;

Іванова О. М., начальник відділу корпоративних комунікацій і PR ХНУМГ ім. О. М. Бекетова;

Максюта У. В., асистент кафедри Туризму і готельного господарства ХНУМГ ім. О.М. Бекетова.

© Колектив авторів, 2022

© Харківський національний університет міського господарства імені О.М. Бекетова

зростання та розвитку в супутніх видах бізнесу.

Українські регіони завдяки своїм об'єктам туристської привабливості природного та антропогенного походження, сприятливим умовам для відпочинку та оздоровлення можуть бути конкурентоспроможними на середньостроковий та довгостроковий період і в міжнародному туризмі. Створення відповідних передумов, розширення інфраструктури та формування комплексного пакету туристських послуг є необхідною умовою для формування ТРК як однієї з бюджетоутворювальних галузей вітчизняної економіки. Все це можливо лише за всебічно обґрунтованого цільового інвестування сфери туризму конкретних регіонів.

Список літератури:

1. Богдан Н., Краснокутська Ю. Інвестиційне забезпечення розвитку туристської галузі в системі завдань регіонального маркетингу. *Економічний аналіз*. 2021. Том 31. № 3. С. 7–15.

2. Богдан Н. М., Кравець О. М., Соколенко А. С. Управління інвестиційним забезпеченням розвитку підприємств туристського та готельного бізнесу на регіональному рівні. *Бізнес Інформ*. 2020. №5. С. 161–168.

УДК 339.138:338.487

Бубенець І.Г.

канд. екон. наук,
доцент кафедри Маркетингу, управління репутацією
та клієнтським досвідом,

Олініченко К.С.

канд. екон. наук,
доцент кафедри Маркетингу, управління репутацією
та клієнтським досвідом

Державний біотехнологічний університет

DIGITAL-МАРКЕТИНГ ЯК ІНСТРУМЕНТ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ НА РИНКУ ГОТЕЛЬНИХ ПОСЛУГ

Глобальна криза, спричинена пандемією COVID-19 внесла певні зміни в сферу маркетингу, де цифрові технології дозволяють активізувати трендові цифрові продукти та персоніфікувати його. Такий інструмент, як Digital-маркетинг використовується провідними компаніями, щоб бути успішними і конкурентоспроможними на ринку готельних послуг. Цей напрямок маркетингу все більше завойовує популярність на ринку медійних комунікацій. Сутність Digital-маркетингу полягає в тому, що це комплексне використання високотехнологічних цифрових каналів для ефективного продажу (послуг/ продукту), рекламування компанії широкому колу споживачів, стимулювання

попиту на послуги (продукт). За умов глобальної цифровізації суспільного життя та обмеження соціальної взаємодії між продавцями і споживачами послуг в індустрії гостинності, Digital-маркетинг стає основою комунікаційної політики компанії.

Узагальнюючи досвід роботи провідних компаній та публікації науковців у сфері маркетингу, можна стверджувати, що Digital-маркетинг – це сучасний, конкурентоспроможний інструмент у межах реалізації маркетингової кампанії. Основні заходи Digital-маркетингу: пошуковий маркетинг (SEM); пошукова оптимізація (SEO); маркетинг соціальних медіа (SMM), зокрема блоги; маркетинг впливу (influencer marketing); контент-маркетинг; автоматизація створення контенту; партнерські програми; маркетинг в електронній комерції; прямі розсилки (E-mail маркетинг, SMS і MMS розсилки); Digital (Internet) Media реклама в різних формах цифрової продукції; прес-релізи в он-лайн медіа; Push-повідомлення; співпраця з блогерами та лідерами думок; Co-creation, тощо.

У сучасній готельній індустрії можна побачити безліч прикладів реклами, створеної саме інструментами Digital-маркетингу. Всі потенційні та існуючі клієнти активно користуються мобільними телефонами (смартфонами), Інтернетом. Для споживача послуг це простий та швидкий спосіб знайти необхідну інформацію. Розвиток індустрії туризму та гостинності в 2019-2020 рр. в умовах карантинного режиму дало сильний поштовх для збільшення інтернет-комунікацій між компаніями та їх клієнтами.

За даними досліджень BNR [1] ринок цифрової реклами Digital (Internet) Media в Україні в порівнянні з рекламою на телебаченні, радіо та зовнішньою рекламою швидко розвивається (табл.1).

Таблиця 1. Динаміка розвитку ринку медіа реклами в Україні

Медіа-канал	2019 рік	2020 рік	2021 рік	Прогноз на 2022 рік
ТБ-реклама, млн грн.	11527,0	12175,0	13642,0	15600,0
Радіо-реклама, млн грн.	717,0	717,0	855,0	1015,0
ООН Media (зовнішня реклама), млн грн.	4240,0	3159,0	4098,0	4769,0
Digital (Internet) Media реклама, млн грн.	6379,0	6980,0	10833,0	13500,0

Отже, ринок ТБ-реклами у 2021 році збільшився на 12% у порівнянні з 2020 роком, радіо-реклами – на 19%, зовнішньої реклами – на 30%, Digital (Internet) Media реклами – на 55%. Це свідчить про активне використання інструментів цифрового маркетингу в бізнесі.

За результатом проведеного дослідження, маємо відзначити, що Digital-маркетинг є прогресивним інструментом комунікаційної політики, який забезпечує оперативний двосторонній зв'язок маркетолога зі споживачем, має цільову орієнтацію на аудиторію (персоналізація та індивідуалізація пропозицій), альтернативу каналів розповсюдження інформації (платні і безкоштовні), скорочення часу на налагодження взаємозв'язків із клієнтами.

Одним із вагомих завдань реалізації стратегії Digital-маркетингу в індустрії гостинності є перехід на омніканальну модель, засновану на принципах інтегрованості усіх доступних каналів взаємодії та комунікації, цілісності концепції для всіх каналів, безперервності їх функціонування, індивідуальному підході до обслуговування клієнтів [2, с.182].

Отже, Digital-маркетинг як інструмент конкурентоспроможності підприємства на ринку готельних послуг повинен підпорядковуватись фундаментальним принципам, зокрема: орієнтованість на людину; системність; інноваційність; мобільність та комунікативність; омніканальність; інформаційність; автоматизація та індивідуалізація [3, с. 87].

Список літератури

1. Рекламний ринок. Статистика. URL: <https://vrk.org.ua/ad-market/>
2. Жегус О.В. Проблеми та перспективи цифрової трансформації підприємств роздрібної торгівлі в Україні. URL: <http://feb.tsatu.edu.ua/wp-content/uploads/2021/11/182-184.pdf>
3. Савицька Н.Л., Чміль Г.Л. Нова парадигма маркетингу в умовах цифрової трансформації економіки. Вісник Сумського національного аграрного університету. 2020. Вип. 2 (84). С. 81-87.

УДК 330.332 (477)

Влащенко Н.М.,
канд. екон. наук, доцент,
доцент кафедри Туризму і готельного господарства
*Харківський національний університет міського господарства
імені О.М. Бекетова*

УПРАВЛІННЯ ІНВЕСТИЦІЙНИМ РОЗВИТКОМ РЕГІОНАЛЬНОГО ТУРИСТСЬКО-РЕКРЕАЦІЙНОГО КОМПЛЕКСУ

Туристсько-рекреаційний комплекс (ТРК) економіки регіону відіграє важливу роль у його економічному розвитку та може складати конкуренції за вкладом до валового регіонального продукту іншим галузям регіональної економіки. У цій сфері утворюється найбільший мультиплікативний ефект від інвестування в основний капітал, а для деяких регіонів ТРК є ключовим фактором розвитку, що створює передумови для суттєвого збільшення обсягів інвестування цієї сфери.

Однак через недостатній розвиток внутрішнього ринку інвестиційних ресурсів виникає суттєвий брак як внутрішніх, так й іноземних джерел фінансування інвестицій в основний капітал суб'єктів ТРК. Важливість залучення інвестицій в регіональний ТРК знаходить своє відображення у вдосконаленні регіональної інвестиційної політики та проявляється через реалізацію різних заходів зі стимулювання їхнього притоку.

ЗМІСТ

СЕКЦІЯ 1

ПАНДЕМІЯ КОРОНАВІРУСУ І ТУРІНДУСТРІЯ: НАСЛІДКИ І НОВІ МОЖЛИВОСТІ

Воронкова В.Г., Череп А.В. ПРАКТИЧНІ ЗАХОДИ БОРОТЬБИ З КРИЗОЮ ПАНДЕМІЇ COVID-19 У КРАЇНАХ ЄВРОПЕЙСЬКОГО СОЮЗУ.....	3
Трегубов О.С. НАПРЯМИ СТАБІЛІЗАЦІЇ ТА РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІД ЧАС ПАНДЕМІЇ.....	5
Соколенко А.С., Шовкова А.А. ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ В УМОВАХ ПАНДЕМІЇ.....	7
Ясногор С.Ю., Рутинський М.Й. ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ ВЕЛНЕС ТУРИЗМУ В УКРАЇНСЬКИХ КАРПАТАХ У РЕАЛІЯХ ТРИВАЛОЇ COVID-КРИЗИ.....	9
Шуліковська К.В., Білявський В.М. ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНОЇ ГАЛУЗІ В ЧАСИ ПАНДЕМІЇ COVID-19.....	11
Андренко І.Б., Пілат А.Ю. ОСОБЛИВОСТІ ФУНКЦІОНУВАННЯ ТЕМАТИЧНИХ ПАРКІВ В УМОВАХ ПАНДЕМІЇ КОРОНАВІРУСУ НА ПРИКЛАДІ PHANTASIALAND.....	13

СЕКЦІЯ 2

МІЖНАРОДНИЙ ТУРИЗМ ТА СПІВРОБІТНИЦТВО В КОНТЕКСТІ ГЛОБАЛЬНИХ ІНТЕГРАЦІЙНИХ ПРОЦЕСІВ

Джинджоян В.В. ОСВІТНІЙ ТУРИЗМ УКРАЇНИ В СИСТЕМІ МІЖНАРОДНОГО СПІВРОБІТНИЦТВА.....	15
Худавердієва В.А., Бугай С.А. ОСОБЛИВОСТІ СУЧАСНОГО РОЗВИТКУ МІЖНАРОДНОГО РЕЛІГІЙНОГО ТУРИЗМУ.....	17
Гудзенко К.В., Покоłodна М.М. ТРАНСКОРДОННИЙ ТУРИЗМ У СИСТЕМІ ТРАНСКОРДОННОГО СПІВРОБІТНИЦТВА.....	19
Іванов А.М. КЛАСИФІКАЦІЯ ТА СУЧАСНА ГЕОГРАФІЯ МОРСЬКИХ КРУЇЗНИХ МАРШРУТІВ.....	21
Грицишин А.Т., Білоус С.В., Красько А.Б. НЕОБХІДНІСТЬ ТА ПРИЧИНИ ЗБОРУ СТАТИСТИЧНИХ ДАНИХ В КОНТЕКСТІ ФЕСТИВАЛЬНОГО ТУРИЗМУ.....	23

СЕКЦІЯ 3

РОЗВИТОК ІНДУСТРІЇ ТУРИЗМУ ТА ГОСТИННОСТІ: ІНФРАСТРУКТУРА ДЕСТИНАЦІЙ

Клапчук В. М., Польова Л. В. ОЦІНКА ТЕРИТОРІЙ ТА ОБ'ЄКТІВ ПЗФ УКРАЇНИ В ІВАНО-ФРАНКІВСЬКІЙ ОБЛАСТІ ДЛЯ РЕКРЕАЦІЙНИХ ПОТРЕБ.....	25
Безбородих С.М. ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ РЕКРЕАЦІЙНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ЛУГАНСЬКОЇ ОБЛАСТІ.....	27

Александрова С.А. УПРАВЛІННЯ ЕКОНОМІЧНОЮ БЕЗПЕКОЮ ПІДПРИЄМСТВ ІНДУСТРІЇ ТУРИЗМУ І ГОСТИННОСТІ.....	28
Абрамов В.В., Буднік П.А. ПРОСУВАННЯ ТЕРИТОРІЇ ЗА РАХУНОК ПОДІЄВОГО ТУРИЗМУ.....	30
Белобородова М.В., Рябцева С.Г. РОЗВИТОК ОРГАНІЗАЦІЙ З УПРАВЛІННЯ ДЕСТИНАЦІЯМИ (ДМО) В УКРАЇНІ.....	32
Юрчишина Л.І., Байгузіна Є.Д. ДЕРЖАВНЕ РЕГУЛЮВАННЯ ТА ПРОБЛЕМИ РЕКРЕАЦІЙНОЇ ГАЛУЗІ В УКРАЇНІ.....	34
Свінчак О.Ю., Поколодна М.М. РОЗВИТОК ФІТНЕС-ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ.....	36
Івашура А.А. ПРОБЛЕМАТИКА СТАЛОСТІ В ІНДУСТРІЇ ТУРИЗМУ ТА ГОСТИННОСТІ.....	38
Ганенко Н.В, Іванова О.М. КАВОВИЙ ТУРИЗМ ЯК ПЕРСПЕКТИВНИЙ НАПРЯМОК ГАСТРОНОМІЧНИХ ТУРІВ	40
Олійник Л.В. ТУРИСТИЧНА ГАЛУЗЬ ВІННИЧЧИНИ.....	42
Тесленко Т.В., Лісний Д.В. ПІДХОДИ ДО МЕНЕДЖМЕНТУ ПЕРСОНАЛУ В СТРУКТУРНИХ ПІДРОЗДІЛАХ ІНФРАСТРУКТУРИ ТУРИЗМУ.....	44
Польова Л.В. КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ ПЕРСОНАЛУ СФЕРИ ОБСЛУГОВУВАННЯ В СУЧАСНИХ УМОВАХ.....	46
Цушко В.В., Іванов А.М. «ФЕСТИВАЛЬ НЕЗВИЧАЙНИХ КОЛЕКЦІЙ» ЯК НОВА ТУРИСТИЧНА ДЕСТИНАЦІЯ.....	48
Андренко І.Б., Григорова Є.С. ОСОБЛИВОСТІ СЕРВІСУ ГОТЕЛІВ З ДЕЛЬФІНАМИ.....	50
Андренко І.Б., Глушенко Д.Є. ОСОБЛИВОСТІ ОРГАНІЗАЦІЇ SPA-ТУРИЗМУ В ІНДІЇ.....	52
Андренко І.Б., Дейкун Т.Д. ВПРОВАДЖЕННЯ ПРОГРАМ ЛОЯЛЬНОСТІ В МЕРЕЖІ ГОТЕЛІВ REIKARTZ.....	53

СЕКЦІЯ 4

ЕКОНОМІКА, МЕНЕДЖМЕНТ ТА МАРКЕТИНГ ПІДПРИЄМСТВ ІНДУСТРІЇ ТУРИЗМУ І ГОСТИННОСТІ

Черчик Л.М. АЛЬТЕРНАТИВНІ ПІДХОДИ ДО ФОРМУВАННЯ СИСТЕМ МЕНЕДЖМЕНТУ ОРГАНІЗАЦІЙ СФЕРИ ГОСТИННОСТІ.....	56
Полінкевич О.М. ІННОВАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ УПРАВЛІННЯ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННИМ БІЗНЕСОМ В УКРАЇНІ.....	58
Оболенцева Л.В., Моторна А.О. АДМІНІСТРАТИВНІ МЕТОДИ УПРАВЛІННЯ САНАТОРНО-КУРОРТНИМ ПІДПРИЄМСТВОМ.....	60
Rysareva I., Ryabev A. KNOWLEDGE MANAGEMENT AT TOURISM AND HOSPITALITY ENTERPRISES.....	62
Александрова С.А., Ковальова А.І. ЛІДЕРСТВО ЯК ОСНОВА ЕФЕКТИВНОСТІ УПРАВЛІННЯ ГОТЕЛЬНОМ ПІДПРИЄМСТВОМ.....	64
Богдан Н.М., Кукояшна К.Е. НАПРЯМИ МІНІМІЗАЦІЇ ФІНАНСОВИХ РИЗИКІВ НА ПІДПРИЄМСТВАХ ГОТЕЛЬНОГО БІЗНЕСУ.....	65

Влащенко Н.М., Богданова А.С. ОРГАНІЗАЦІЙНО-ЕКОНОМІЧНІ ЗАСАДИ ІНВЕСТУВАННЯ РЕГІОНАЛЬНОГО ТУРИСТСЬКО-РЕКРЕАЦІЙНОГО КОМПЛЕКСУ.....	67
Бубенець І.Г., Олініченко К.С. DIGITAL-МАРКЕТИНГ ЯК ІНСТРУМЕНТ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ НА РИНКУ ГОТЕЛЬНИХ ПОСЛУГ.....	69
Влащенко Н.М. УПРАВЛІННЯ ІНВЕСТИЦІЙНИМ РОЗВИТКОМ РЕГІОНАЛЬНОГО ТУРИСТСЬКО-РЕКРЕАЦІЙНОГО КОМПЛЕКСУ.....	71
Влащенко Н.М., Хоменко Є.О. ДОСЛІДЖЕННЯ ФАКТОРІВ ПОПИТУ НА ТУРИСТСЬКІ ПОСЛУГИ.....	73
Гнатченко Є.Ю., Гайко Ю.І. ЕКОНОМІЧНІ ІНСТРУМЕНТИ РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ТА ЗБЕРЕЖЕННЯ ПАМ'ЯТОК АРХІТЕКТУРИ.....	75
Крайнюк Л.М., Фесенко Д.О. ПРОБЛЕМИ РОЗРОБКИ СИСТЕМИ БІЗНЕС-ПРОЦЕСІВ У РАМКАХ СТВОРЕННЯ АРХІТЕКТУРИ ПІДПРИЄМСТВА РЕСТОРАННОЇ ІНДУСТРІЇ.....	77
Ліпатов О.В., Іванов А.М. СЕЗОННІСТЬ У РЕСТОРАННОМУ БІЗНЕСІ... ..	79
Поліщук О.О., Іванов А.М. СПЕЦИФІКА ФУНКЦІОНУВАННЯ ТО «ФАБРИКА ТУРИЗМУ».....	81
Полчанінова І.Л., Борисов В.О. ВПЛИВ ЕКЗОГЕННИХ ФАКТОРІВ НА КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ ТУРИСТСЬКОГО РЕГІОНУ.....	83
Радіонова О.М., Колодчук Є.Л. СУЧАСНІ МЕТОДИ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ ТУРИСТИЧНОГО ПІДПРИЄМСТВА.....	85
Радіонова О.М., Бондаренко О.В. ІВЕНТ-МАРКЕТИНГ – НОВІТНІЙ ІНСТРУМЕНТ МАРКЕТИНГОВИХ КОМУНІКАЦІЙ В СФЕРІ ТУРИЗМУ І ГОСТИННОСТІ.....	87
Козлова А.О., Бархович К.О. РЕКЛАМА ЯК СКЛАДОВА МАРКЕТИНГОВИХ КОМУНІКАЦІЙ ТУРИСТИЧНИХ ПІДПРИЄМСТВ... ..	89
Румянцева І.Б. МАРКЕТИНГ В ГОТЕЛЬНОМУ БІЗНЕСІ.....	91
Світлична В.Ю., Ахматжанова З.Б. ОРГАНІЗАЦІЙНІ ЗАСАДИ ВИКОРИСТАННЯ ІНСТРУМЕНТІВ ЦИФРОВОГО МАРКЕТИНГУ ПІДПРИЄМСТВАМИ ТУРІНДУСТРІЇ.....	93
Соколенко А.С., Брусенцова В.М. МОЖЛИВОСТІ SMM В РЕСТОРАННОМУ БІЗНЕСІ.....	95
Худавердієва В.А., Найдьонова М.С. ОСОБЛИВОСТІ РОЗРОБКИ КОНЦЕПЦІЇ МАРКЕТИНГУ ПІДПРИЄМСТВ ІНДУСТРІЇ ТУРИЗМУ І ГОСТИННОСТІ.....	97
Цимбалюк Г.С. УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ В СФЕРІ ТУРИЗМУ ТА ГОСТИННОСТІ.....	99
Сніцар В.Д., Іванов А.М. ГОТЕЛЬ «БРІСТОЛЬ» ЯК ЗАКЛАД ПРЕМІУМ-КЛАСУ.....	101
Козлова А.О., Сивокінь Д.В. МОТИВАЦІЯ ПЕРСОНАЛУ ТУРИСТИЧНОЇ АГЕНЦІЇ.....	103
Сегеда І.В. СУЧАСНИЙ МЕНЕДЖМЕНТ В РЕСТОРАННОМУ ГОСПОДАРСТВІ.....	105

Світлична В.Ю. АКТУАЛЬНІСТЬ ЗАСТОСУВАННЯ ІНСТРУМЕНТІВ РЕІНЖІНІРИНГУ БІЗНЕС-ПРОЦЕСІВ ПІДПРИЄМСТВАМИ ТУРИСТИЧНОЇ СФЕРИ.....	107
Ступка М.А., Іванова О.М. ВИКОРИСТАННЯ ІНТЕГРОВАНИХ МАРКЕТИНГОВИХ КОМУНІКАЦІЙ У ПІДВИЩЕННІ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ТУРПІДПРИЄМСТВА	109
Світлична В.Ю., Густова Є.С. КОНТРОЛІНГ В ДІЯЛЬНОСТІ ТУРИСТИЧНИХ ПІДПРИЄМСТВ.....	111

СЕКЦІЯ 5

ІННОВАЦІЇ, ІНФОРМАЦІЙНІ ТА DIGITAL-ТЕХНОЛОГІЇ В ІНДУСТРІЇ ТУРИЗМУ І ГОСТИННОСТІ

Воронкова В.Г., Венгерська Н.С., Безкоровайна Л. В. ІННОВАЦІЇ У ТУРИСТИЧНОМУ СЕКТОРІ ЯК ЧИННИК КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ТА ВИХОДУ З КРИЗИ ПАНДЕМІЇ COVID-19.....	113
Баландіна І.С. РОЛЬ ІННОВАЦІЙ В РЕСТОРАННОМУ БІЗНЕСІ В СУЧАСНИХ УМОВАХ.....	115
Крайнюк Л.М., Колеснікова А.А. ОЦІНКА РИЗИКІВ ЦИФРОВІЗАЦІЇ ІНДУСТРІЇ ГОСТИННОСТІ В УКРАЇНІ.....	117
Ковальова А.М. ЦИФРОВІ ТЕХНОЛОГІЇ В ОРГАНІЗАЦІЇ РОБОТИ РЕКРЕАЦІЙНИХ КОМПЛЕКСІВ.....	119
Худавердієва В.А., Ланков М.М. ІНФОРМАЦІЙНІ ТА DIGITAL-ТЕХНОЛОГІЇ В ІНДУСТРІЇ ТУРИЗМУ І ГОСТИННОСТІ В УМОВАХ НОВОЇ РЕАЛЬНОСТІ І ПОТРЕБ РИНКУ.....	121
Мендела І.Я. МОДУЛЬ БРОНЮВАННЯ ГОТЕЛЮ.....	123
Полчанінова І.Л., Бідненко А.О. ЦИФРОВІ ТЕХНОЛОГІЇ У РОЗВИТКУ ТА ПРОСУВАННІ ПОСЛУГ КУРОРТІВ УКРАЇНИ.....	125
Радіонова О.М., Брусенцова В.М. СУЧАСНІ ІВЕНТ-ТЕХНОЛОГІЇ В СФЕРІ ТУРИЗМУ І ГОСТИННОСТІ.....	127
Сегеда І.В. ПЕРЕВАГИ ЗАСТОСУВАННЯ DIGITAL-ТЕХНОЛОГІЙ В РЕСТОРАННОМУ ГОСПОДАРСТВІ.....	128
Свідло К.В., Карпенко Л.К. РОЗВИТОК ПРОЦЕСІВ ТЕХНОЛОГІЇ ПОВНОСЕРВІСНОГО КЕЙТЕРИНГОВОГО ОБСЛУГОВУВАННЯ ЗА СПЕЦІАЛЬНИМ ЗАМОВЛЕННЯМ.....	131
Островська Г.Й. ПЕРСПЕКТИВИ ЗАСТОСУВАННЯ ІНТЕЛЕКТУАЛЬНИХ СИСТЕМ В КОНТЕКСТІ РОЗВИТКУ ІНДУСТРІЇ ГОСТИННОСТІ.....	133

СЕКЦІЯ 6

ПСИХОЛОГІЯ СПОЖИВАННЯ ТА ОБСЛУГОВУВАННЯ В ІНДУСТРІЇ ТУРИЗМУ ТА ГОСТИННОСТІ

Бокшань Г.І. ГАСТРОНОМІЧНІ МАРШРУТИ В РОМАНІ ДЖЕКА КЕРУАКА «У ДОРОЗІ».....	137
Горяна А.К. ОСОБЛИВОСТІ КОРПОРАТИВНОЇ КУЛЬТУРИ МЕНЕДЖЕРА З РЕАЛІЗАЦІЇ ТУРИСТИЧНОГО ПРОДУКТУ.....	139

Подлепіна П.О., Козьменко А.С., ОСОБЛИВОСТІ СПОЖИВЧОЇ ПОВЕДІНКИ ПРЕДСТАВНИКІВ ПОКОЛІННЯ Z В ГОТЕЛЬНІЙ ІНДУСТРІЇ.....	141
Юрчишина Л.І., Негін Є.Р. ТЕОРЕТИЧНІ ПІДХОДИ ДО СИСТЕМАТИЗАЦІЇ ПОНЯТТЯ «КОРПОРАТИВНА КУЛЬТУРА ТУРИСТИЧНОЇ КОМПАНІЇ».....	143
Горбатюк Н.А. РОЗВИТОК КОРПОРАТИВНОЇ КУЛЬТУРИ НА ПІДПРИЄМСТВАХ ТУРИЗМУ.....	145
Максимова К.М., Іванова О.М. ФОРМУВАННЯ КОРПОРАТИВНОЇ КУЛЬТУРИ ПІДПРИЄМСТВ ТУРИСТСЬКОЇ ІНДУСТРІЇ	147
Соколенко А.С., Леонтьєва Є.Є. РОЛЬ ЕМОЦІЙНОГО СЕРВІСУ В РЕСТОРАННОМУ ГОСПОДАРСТВІ.....	149
Андренко І.Б., Шестірко А.А. ОРГАНІЗАЦІЯ СЕРВІСУ У МЕРЕЖЕВИХ ГОТЕЛЯХ НА ПРИКЛАДІ KHARKIV PALACE TA PREMIER HOTEL AURORA.....	151

СЕКЦІЯ 7

КОНЦЕПТУАЛЬНІ НАПРЯМИ РОЗВИТКУ ВНУТРІШНЬОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ В УМОВАХ ПАНДЕМІЇ

Маньковська Р.В. ВНУТРІШНІЙ ТУРИЗМ В УКРАЇНІ: ОСНОВНІ ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ.....	154
Худавердієва В.А., Буківченко К.М. ЯК COVID-19 ВПЛИНУВ НА МІЖНАРОДНИЙ І ВНУТРІШНІЙ ТУРИЗМ.....	157
Дащук Ю.Є. ВПЛИВ САКРАЛЬНОЇ КУЛЬТУРНОЇ СПАДЩИНИ НА РОЗВИТОК ТУРИЗМУ В ТЕРИТОРІАЛЬНИХ ГРОМАДАХ.....	159
Радіонова О.М., Верижник Д.С. ФЕНОМЕН ЕКОЛОГІЧНОГО ТУРИЗМУ..	161
Slashcheva A.V., Chekaramit V.M. PROSPECTS OF DEVELOPMENT OF GASTRONOMIC DIRECTION HOSPITALITY INDUSTRIES OF THE CITY OF MARIUPOL.....	163
Мендела Є.М. ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ВНУТРІШНЬОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ В УМОВАХ ПАНДЕМІЇ.....	165
Абрамов В.В., Сердюк Х.В. ЕТНОГРАФІЧНИЙ ТУРИЗМ ЯК ПЕРСПЕКТИВНИЙ НАПРЯМ РОЗВИТКУ ВНУТРІШНЬОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ.....	167
Богдан Н.М., Свідло Ю.Д. РОЗРОБЛЕННЯ СТРАТЕГІЇ РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ В ХАРКІВСЬКІЙ ОБЛАСТІ.....	169
Богдан Н.М., Іванова О.М., Деговцова І.Г. ДІЯЛЬНІСТЬ ТУРИСТСЬКОЇ ГАЛУЗІ ЯК ЧИННИК РОЗВИТКУ РЕГІОНУ.....	172
Худавердієва В.А. ВІДМІННОСТІ МАРКЕТИНГОВИХ ІНСТРУМЕНТІВ ТУРИСТСЬКОЇ ГАЛУЗІ В ПЕРІОД ПАНДЕМІЇ.....	174
Севериненко А.М. СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ МІСТИЧНОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ.....	176

СЕКЦІЯ 8
ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ІНКЛЮЗИВНОГО
ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ ТА СВІТІ

Писаревський І.М. ДОСЛІДЖЕННЯ ЗАКОРДОННОГО ДОСВІДУ ІНКЛЮЗИВНОГО ТУРИЗМУ.....	179
Оболенцева Л.В. РОЗРОБКА ТА ВПРОВАДЖЕННЯ ОРГАНІЗАЦІЙНИХ ЗАХОДІВ ЩОДО РОЗВИТКУ СОЦІАЛЬНОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ.....	183
Богдан Н.М., Краснокутська Ю.В. АНАЛІЗ НОРМАТИВНО-ПРАВОВОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ РОЗВИТКУ ІНКЛЮЗИВНОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ ТА СВІТІ.....	185
Радіонова О.М., Піддубна Є.В. ІВЕНТ-ЗАХІД ЯК СУЧАСНИЙ СПОСІБ СОЦІАЛІЗАЦІЇ ДІТЕЙ З ОБМЕЖЕНИМИ МОЖЛИВОСТЯМИ ЗДОРОВ'Я.....	189
Колонтаєвський О.П. АДАПТАЦІЯ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННИХ ЗАКЛАДІВ ДО ВИМОГ ІНКЛЮЗИВНОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ.....	191
Угоднікова О.І. МАРКЕТИНГОВА ПІДТРИМКА ІНКЛЮЗИВНОГО ТУРИЗМУ НА ПУБЛІЧНОМУ РІВНІ УПРАВЛІННЯ.....	193
Погасій С.О. СІЛЬСЬКИЙ ТУРИЗМ ЯК ПРИВАБЛИВИЙ ВИД ТУРИЗМУ ДЛЯ ОСІБ З ОБМЕЖЕНИМИ МОЖЛИВОСТЯМИ.....	195
Андренко І.Б., Ткач Д.П. ОСОБЛИВОСТІ ОБСЛУГОВУВАННЯ ЛЮДЕЙ З ОБМЕЖЕНИМИ МОЖЛИВОСТЯМИ НА ПРИКЛАДІ ЗООПАРКУ САН-ДІЄГО.....	197
Андренко І.Б., Глушенко Д.Є. ОСОБЛИВОСТІ ОБСЛУГОВУВАННЯ ЛЮДЕЙ З ОБМЕЖЕНИМИ МОЖЛИВОСТЯМИ У ГОТЕЛЯХ.....	199
Нохріна Л.А., Погасій С.О., Глушенко Д.Є. ЗНАЧЕННЯ ДОСВІДУ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ ПРОВІДНИХ КОМПАНІЙ СВІТУ ДЛЯ РОЗВИТКУ ІНКЛЮЗИВНОГО ТУРИЗМУ.....	201
Нохріна Л.А., Погасій С.О., Григорова Є.С. ПОДОЛАННЯ ЕКОЛОГІЧНИХ ПРОБЛЕМ ЯК НЕОБХІДНА УМОВА РОЗВИТКУ ІНКЛЮЗИВНОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ.....	203