



НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
«ХАРКІВСЬКИЙ ПОЛІТЕХНІЧНИЙ ІНСТИТУТ»



ТЕЗИ ДОПОВІДЕЙ

МАРКЕТИНГОВІ ТА ОРГАНІЗАЦІЙНІ МЕХАНІЗМИ ПОВОЄННОГО РОЗВИТКУ ГАЛУЗІ ГОСТИННОСТІ ТА ТУРИЗМУ УКРАЇНИ

ЧАСТИНА 1

II МІЖНАРОДНА
НАУКОВО-ПРАКТИЧНА
КОНФЕРЕНЦІЯ

26-27
листопада
2024 р.

ХАРКІВ

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
«ХАРКІВСЬКИЙ ПОЛІТЕХНІЧНИЙ ІНСТИТУТ»

МАРКЕТИНГОВІ ТА ОРГАНІЗАЦІЙНІ
МЕХАНІЗМИ ПОВОЄННОГО
РОЗВИТКУ ГАЛУЗІ ГОСТИННОСТІ ТА
ТУРИЗМУ УКРАЇНИ

Матеріали
II Міжнародної науково-практичної конференції
(26-27 листопада 2024 року)
Частина 1

Харків
2024

УДК 379.85:338.48(063)

М 26

Рекомендовано до видання рішенням Вченої ради Навчально-наукового інституту економіки, менеджменту і міжнародного бізнесу Національного технічного університету «Харківський політехнічний інститут» (протокол № 12 від 28.12.2024 р.).

М 26 Маркетингові та організаційні механізми повоєнного розвитку галузі гостинності та туризму України: зб. тез доповідей II Міжнародної наук.-практ. конф. (26-27 листопада 2024 року, м. Харків). Частина 1. – Харків : Нац. техн. ун-т «Харків. політехн. ін-т», 2024. – 680 с.

Збірник містить матеріали II Міжнародної науково-практичної конференції «Маркетингові та організаційні механізми повоєнного розвитку галузі гостинності та туризму України», яка відбулася 26-27 листопада 2024 року. У тезах доповідей частини 1 збірника висвітлено результати досліджень маркетингових інструментів та стратегій повоєнного розвитку туризму та гостинності в Україні, а також напрямків та механізмів розвитку туризму та гостинності в регіонах України.

Матеріали збірника будуть корисними для студентів, викладачів, науковців та працівників індустрії туризму та сфери гостинності.

Матеріали публікуються в авторській редакції.

Автори несуть повну відповідальність за зміст доповідей, а також добір, точність наведених фактів, цитат, власних імен та інших відомостей.

ISBN 978-617-05-0521-7

© Національний технічний університет
«Харківський політехнічний інститут», 2024

ПРОГРАМНИЙ КОМІТЕТ КОНФЕРЕНЦІЇ

МАРЧЕНКО Андрій Петрович, доктор техн. наук, професор, проректор з наукової роботи НТУ «ХП» – голова;

МАНОЙЛЕНКО Олександр Володимирович, доктор екон. наук, професор, в.о. директора інституту економіки, менеджменту і міжнародного бізнесу НТУ «ХП» – заст. голови;

NAGY Szabolcs, Ph.D., habil., Vice-dean for international Relations, Associate Professor Faculty of Economics, Institute of Marketing and Tourism UNIVERSITY OF MISKOLC, Miskolc (Hungary);

PISKOTI Istvan, Head of Institute Faculty of Economics, Institute of Marketing and Tourism UNIVERSITY OF MISKOLC, Miskolc (Hungary);

ZIPS Sebastian, Prof. Dr. Phil. HEAD of MARKETING, University of Applied Sciences Hochschule Zittau, Görlitz (Germany);

ABDUNUROVA Assem, Ph.D., Associate professor, Dean of the Economics and Entrepreneurship Faculty of the Kazakh-Germany University (Kazakhstan);

DEVADZE Anzon, Prof. Head of Tourism Department, Batumi Shota Rustaveli State University (Georgia);

ХОЛОДОК Валентина Дмитрівна, кандидат наук з держ. управління, директорка Обласного комунального закладу «Харківський організаційно-методичний центр туризму»;

ГЛАДЕНКО Юрій Миколайович, директор Департаменту культури, туризму та релігій Сумської обласної державної адміністрації;

ЗГУРСЬКА Юлія Вікторівна, заступник директора Департаменту міжнародного співробітництва Харківської міської ради;

КІБІК Ольга Миколаївна, доктор екон. наук, професор, завідувачка кафедри національної економіки Національного університету «Одеська юридична академія»;

ДИКАНЬ Валерія Володимирівна, доктор екон. наук, професор, професор Навчально-наукового інституту «Каразінська школа бізнесу».

ОРГАНІЗАЦІЙНИЙ КОМІТЕТ КОНФЕРЕНЦІЇ

ЯКИМЕНКО-ТЕРЕЩЕНКО Наталія Василівна, доктор екон. наук., професор, зав. кафедри туризму і готельно-ресторанного бізнесу НТУ «ХП» – голова;

РАЙКО Діана Валеріївна, доктор екон. наук., професор, зав. кафедри маркетингу НТУ «ХП» – заст. голови;

ШИПУЛНА Юлія Сергіївна, доктор екон. наук., професор, професор кафедри маркетингу НТУ «ХП»;

БЕЗУГЛА Людмила Сергіївна, доктор екон. наук., професор, зав. кафедри туризму та економіки підприємства Національного технічного університету «Дніпровська політехніка»;

НІКОЛАЙЧУК Ольга Анатоліївна, доктор екон. наук, професор, завідувачка кафедри технологій в ресторанному господарстві, готельно-ресторанної справи та підприємництва Донецького національного університету економіки і торгівлі імені М.Туган-Барановського;

НАВРОЗОВА Юлія Олександрівна, канд. екон. наук., доцент, зав. кафедри підприємництва та туризму Одеського національного морського університету;

ПАСКА Марія Зіновіївна, доктор ветерин. наук, професор, зав. кафедри готельно-ресторанного бізнесу Львівського державного університету фізичної культури імені Івана Боберського;

НОСИРЄВ Олександр Олександрович, канд. геогр. наук., доцент, доцент кафедри туризму і готельно-ресторанного бізнесу НТУ «ХП»;

ЛАРКА Людмила Сергіївна, канд. екон. наук, доцент, доцент кафедри маркетингу НТУ «ХП»;

ГЛАВЧЕВА Юлія Миколаївна, директор науково-технічної бібліотеки НТУ «ХП».

ЗМІСТ

ПЛЕНАРНЕ ЗАСІДАННЯ

Гладенко Ю. М., Ронь Я. О. АДАПТИВНИЙ ТУРИЗМ ЯК ІНСТРУМЕНТ НЕМЕДИЧНОЇ РЕАБІЛІТАЦІЇ: ВИКЛИКИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ ПОВОЄННОГО РОЗВИТКУ	18
Дрепін І. М. КУЛЬТУРНИЙ ТУРИЗМ: МАРКЕТИНГОВІ СТРАТЕГІЇ ДЛЯ ЗАЛУЧЕННЯ ІНОЗЕМНИХ ТУРИСТІВ В УКРАЇНУ	22
Ястремська О.О. ВИДИ ВРАЖЕНЬ ТА ЇХ ВИМІРЮВАННЯ ЯК РЕЗУЛЬТАТА ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА.....	24

СЕКЦІЯ І

МАРКЕТИНГОВІ ІНСТРУМЕНТИ ТА СТРАТЕГІЇ ПОВОЄННОГО РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ ТА ГОСТИННОСТІ В УКРАЇНІ

Jiang Wei, Chen Zhongqi, Larka L. S. IMPROVEMENT OF THE COMPANY'S PORTFOLIO OF MARKETING TOOLS	33
Litynchenko M.V., Huang Lihua THE POST-WAR TOURIST MARKET OF UKRAINE THROUGH THE EYES OF FOREIGNERS	35
Makovoz Oksana, Palamarchuk Alisa ACTIVITIES INVOLVING VOLUNTEERING OPPORTUNITIES TO TRAIN MODERN MANAGERS.....	37
Mariann VERES SOMOSI, Szabolcs NAGY, Istvan PISKOTI DIGITAL MARKETING TOOLS FOR PROMOTING HOSPITALITY AND TOURISM IN UKRAINE: THE ROLE OF ONLINE COMMUNICATIONS IN POST-WAR RECONSTRUCTION.....	39
Nataliya Yudina TRAVEL INSURANCE OF TECHNOGENIC SOCIETY	43
Sebastian Zips, Assem Abdunurova, Vladimir Zhechev INNOVATIVE MARKETING STRATEGIES FOR INCREASING CONSUMER LOYALTY IN POST-CRISIS RECOVERY	45
Tsviliy Sergiy, Matviienko Yaroslav DEVELOPMENT OF A STRATEGY FOR THE DIVERSIFICATION OF THE ACTIVITIES OF DOMESTIC BUSINESS STRUCTURES IN TOURISM	48
Антошкова Н.А., Трубнікова В.В. РЕСТОРАННИЙ БІЗНЕС УКРАЇНИ: СПОЖИВЧІ ЗАПИТИ ТА ІННОВАЦІЙНІ ФОРМАТИ.....	53
Артеменко К.Т. Науковий керівник: Хоменко І.О. АДАПТАЦІЯ МАРКЕТИНГОВИХ СТРАТЕГІЙ ГОСТИННОСТІ ДО ЗМІН СПОЖИВАЦЬКИХ УПОДОБАНЬ ПІСЛЯ ВІЙНИ	55
Бабарика А.В. Науковий керівник Комарніцький І.О. ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ РИНКУ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННИХ ПОСЛУГ В УКРАЇНІ.....	57
Бабко Н. М. МАРКЕТИНГОВІ ПІДХОДИ ДО ВІДНОВЛЕННЯ СФЕРИ ГОСТИННОСТІ У ПОВОЄННИЙ ПЕРІОД.....	61
Бакало Н.В. ВПЛИВ ІНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГУ НА РОЗВИТОК ТУРИСТИЧНОЇ ІНДУСТРІЇ.....	63

Безугла Л.С., Варяничко М.В. МАРКЕТИНГОВЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНОЇ СФЕРИ.....	65
Безхлібна А. П., Касьянова К.О. ВПЛИВ ВІЙНИ НА ТУРИСТИЧНУ ГАЛУЗЬ В УКРАЇНІ.....	67
Безхлібна А. П., Тесля В.Ф. ОСОБЛИВОСТІ ОРГАНІЗАЦІЇ ТУРИСТИЧНОГО БІЗНЕСУ В СУЧАСНИХ УМОВАХ В УКРАЇНІ.....	71
Бельмас А.О. КОМУНІКАЦІЇ В РЕСТОРАННОМУ БІЗНЕСІ ПІД ЧАС ВОЄННИХ ДІЙ В УКРАЇНІ	74
Беляєв Є.С., Гапоненко С.О. МАРКЕТИНГОВІ СТРАТЕГІЇ РОЗВИТКУ БРЕНДУ ПІДПРИЄМСТВ ХАРЧОВОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ ДЛЯ ВІДНОВЛЕННЯ ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ	76
Бесараб В.Д., Кобелева Т.О. ФОРМУВАННЯ ЦІНОВОЇ ПОЛІТИКИ В ТУРИСТИЧНОМУ БІЗНЕСІ ТА ЇЇ ОСОБЛИВОСТІ.....	78
Белобородова М.В. МІЖНАРОДНИЙ ДОСВІД ТА ОСОБЛИВОСТІ НАДАННЯ РЕКРЕАЦІЙНИХ ПОСЛУГ ДЛЯ ВЕТЕРАНІВ	81
Боева А.С., Редько В.Є. РОЛЬ ЗАЛІЗНИЧНОГО ТРАНСПОРТУ В РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ ПІД ЧАС ВІЙНИ.....	83
Борецька Н.П., Крапівіна Г.О., Любчук О.К. СТРАТЕГІЇ ПОВОЄННОГО СЕРВІСУ В ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННІЙ ІНДУСТРІЇ УКРАЇНИ	85
Бортнік Н.В., Бутинець Д.В., Сергеев І.В. НАПРЯМИ ДИВЕРСИФІКАЦІЇ ДІЯЛЬНОСТІ ТУРИСТИЧНОГО ПІДПРИЄМСТВА В УМОВАХ ВОЄННОГО ЧАСУ	89
Братусь Г.А., Домрачов А.П. СТРАТЕГІЯ БРЕНД-МАРКЕТИНГУ УКРАЇНИ У ФОРМУВАННІ ПОТЕНЦІАЛУ ПОВОЄННОГО РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ ТА ГОСТИННОСТІ.....	92
Косенко О.П., Бур'ян О.О. РОЛЬ І ЗНАЧЕННЯ МАРКЕТИНГОВОГО МЕНЕДЖМЕНТУ В УМОВАХ ВІЙНИ В УКРАЇНІ.....	95
Буркун М.О., Косенко А.В. ІННОВАЦІЙНІ ТА ІНФОРМАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ НА ТУРИСТИЧНОГО РИНКУ	97
Буторіна В.Б., Франко Я.В. РОЛЬ ДРУКОВАНИХ РЕКЛАМНИХ МАТЕРІАЛІВ У МАРКЕТИНГОВІЙ ПОЛІТИЦІ ТУРИСТИЧНИХ ПІДПРИЄМСТВ	100
Вершинін М.П. Науковий керівник: Кушнірук В.С. ОРГАНІЗАЦІЯ ТА УПРАВЛІННЯ ЗМІНАМИ В СФЕРІ РЕСТОРАННОЇ СПРАВИ	105
Вітрук М. В. Науковий керівник: Салімон О. М. ВИКОРИСТАННЯ ШТУЧНОГО ІНТЕЛЕКТУ ДЛЯ ПРОГНОЗУВАННЯ ПОВЕДІНКИ СПОЖИВАЧІВ	107
Гарна У.Ю., Кобелева Т.О. МЕТОДИЧНІ ПІДХОДИ ДО ВИЗНАЧЕННЯ МІСТКОСТІ ТУРИСТИЧНОГО РИНКУ	109
Герчанівська С. В. МАРКЕТИНГОВІ ДОСЛІДЖЕННЯ РИНКУ ТУРИСТИЧНИХ ПОСЛУГ	112
Гірман А.П. ІННОВАЦІЇ В ТУРИЗМІ ЯК ЗАСІБ ПРОСУВАННЯ УКРАЇНИ НА МІЖНАРОДНОМУ РІВНІ	114
Гнатюк А. А. Науковий керівник: Мозолєв О. М. МІЖНАРОДНИЙ ДОСВІД ВІДНОВЛЕННЯ ТУРИЗМУ ПІСЛЯ ВОЄННИХ КОНФЛІКТІВ	116

Головіна М. Д., Чорній Д. М., Майорова О. С. ОСНОВНІ СКАДОВІ ІНФОРМАЦІЙНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЕКОНОМІЧНОГО ВІДНОВЛЕННЯ УКРАЇНИ.....	120
Горобченко О.С. ГАСТРОНОМІЧНИЙ ТУРИЗМ ТА МОЖЛИВОСТІ ДЛЯ РОЗВИТКУ РЕСТОРАННОЇ СФЕРИ У ПОВОЄННИЙ ПЕРІОД	121
Грищук Д.А., Перерва П.Г. ОЦІНКА ЕФЕКТИВНОСТІ ТУРИСТИЧНОЇ ПОСЛУГИ.....	124
Гулий В.С., Кобелев В.М. ЕКОНОМІЧНА ЕФЕКТИВНІСТЬ МАРКЕТИНГОВОГО СУПРОВОДУ ТУРИСТИЧНОГО БІЗНЕСУ	127
Дейнега І. О., Фігун А. В. ПРОБЛЕМИ РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ ТА ШЛЯХИ ЇХ ПОДОЛАННЯ В УМОВАХ ВІЙНИ	130
Діденко А.В., Віхорт Ю.В. МАРКЕТИНГОВІ КОМУНІКАЦІЇ В ТУРИСТИЧНІЙ ДІЯЛЬНОСТІ	134
Дмитрова Ю.Р., Ткачов М.М., ПРАВОВІ ПРОБЛЕМИ ТУРИСТИЧНОГО БІЗНЕСУ ТА ШЛЯХИ ЇХ ВИРІШЕННЯ.....	137
Духневич О.В. ЕКОНОМІЧНА РОЛЬ ТУРИЗМУ: БАГАТОРІВНЕВИЙ ВПЛИВ НА СТВОРЕННЯ РОБОЧИХ МІСЦЬ ТА ГЕНЕРУВАННЯ ДОХОДІВ	140
Жегус О.В. МАРКЕТИНГОВІ ІНСТРУМЕНТИ АДАПТАЦІЇ ТУРИСТИЧНИХ ПІДПРИЄМСТВ В УКРАЇНІ ДО СУЧАСНИХ ВИКЛИКІВ.....	142
Замкова І.В. ПОПУЛЯРИЗАЦІЯ ВІЙСЬКОВОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ У КОНТЕКСТІ ВИКОРИСТАННЯ ЦИФРОВИХ ІНСТРУМЕНТІВ ТА ЗАСОБІВ ВЕБ-МАРКЕТИНГУ	145
Іванов А.М. КОНЦЕПЦІЯ СТАЛОГО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ ТУРИСТИЧНО- РЕКРЕАЦІЙНОГО КОМПЛЕКСУ.....	148
Ільницька-Гикавчук Г.Я. ПЕРСПЕКТИВНІ ІНСТРУМЕНТИ РЕКЛАМНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ТУРИСТИЧНИХ ПІДПРИЄМСТВ	152
Іоргачова М.І. ЦИФРОВА ТРАНСФОРМАЦІЯ МЕРЧАНДАЙЗИНГУ ЯК НЕВІД'ЄМНА МАРКЕТИНГОВА СКЛАДОВА РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ СФЕРИ ГОСТИННОСТІ ТА ТУРИЗМУ	154
Казимир Я.В. ВДОСКОНАЛЕННЯ ТА ВИКОРИСТАННЯ МАРКЕТИНГОВИХ ІНСТРУМЕНТІВ ДЛЯ РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНОЇ ІНДУСТРІЇ В УМОВАХ ВОЄННОГО СТАНУ В УКРАЇНІ	156
Калмикова І.С. СТРАТЕГІЇ ПОВОЄННОГО ВІДНОВЛЕННЯ ТЕРИТОРІАЛЬНИХ ГРОМАД ЧЕРЕЗ СФЕРУ ТУРИЗМУ	159
Редько В. Є., Келдіярова Т. Р. МАРКЕТИНГОВІ ЗАСАДИ ПРОСУВАННЯ СПЕЦІАЛІЗОВАНИХ ВИДІВ ТУРИЗМУ	163
Кириленко О. М., Коваленко О. В. МАТЕРІАЛЬНО-ТЕХНІЧНІ, МАРКЕТИНГОВІ ТА ОРГАНІЗАЦІЙНО-УПРАВЛІНСЬКІ ІННОВАЦІЇ В ЕКСКУРСІЙНОМУ БІЗНЕСІ	166
Косенко О. П., Кіреєва В. О. ЦИФРОВІ ТЕХНОЛОГІЇ ТА МАРКЕТИНГ ДЛЯ ПІДВИЩЕННЯ ПРИВАБЛИВОСТІ ТУРИСТИЧНИХ РЕГІОНІВ В ПОВОЄННИЙ ПЕРІОД.....	169
Кітченко О.М., Коваленко О. В. МАРКЕТИНГОВІ СТРАТЕГІЇ ПОВОЄННОГО ГОТЕЛЬНО-ТУРИСТИЧНОГО БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ	173
Кітченко О.М., Лялько К.А. АНАЛІЗ ВПЛИВУ КОНТЕНТ-МАРКЕТИНГУ НА ФОРМУВАННЯ ІМІДЖУ БРЕНДУ ТА ЗАЛУЧЕННЯ ЦІЛЬОВОЇ АУДИТОРІЇ ЧЕРЕЗ ІНТЕРНЕТ	176

Кітченко О.М., Нікіфорова М.О. РОЗРОБКА КОМПЛЕКСНОЇ СТРАТЕГІЇ ПРОСУВАННЯ КОМПАНІЇ НА РИНКУ СЕРВІСНИХ ПОСЛУГ	178
Клімов М.В., Ткачова Н.П. ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ ОСВІТНИХ ПОСЛУГ В СФЕРІ ПІДГОТОВКИ ФАХІВЦІВ З ТУРИЗМУ ТА МАРКЕТИНГУ	180
Ткачова Н.П., Клімов М.В. МАРКЕТИНГОВІ СТРАТЕГІЇ РОЗВИТКУ ОСВІТИ В УКРАЇНІ У ПІСЛЯВОЄННИЙ ПЕРІОД	183
Коверник Н.О. ТРЕНДИ У ДИЗАЙНІ ЗАКЛАДІВ РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА В 2025 РОЦІ	186
Кожеурова К.О., Перерва П.Г. ДОСЛІДЖЕННЯ МЕТОДИЧНИХ ПІДХОДІВ ДО ПОЗИЦІОНУВАННЯ НА РИНКУ ТУРИСТИЧНОЇ ПОСЛУГИ	188
Колеснікова А. С. МОНІТОРИНГ ВІТЧИЗНЯНОГО РИНКУ ГОСТИННОСТІ	191
Корзун Т. В. ВПРОВАДЖЕННЯ НОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ ТА МАРКЕТИНГОВИХ СТРАТЕГІЙ ДЛЯ ПІДВИЩЕННЯ ЛОЯЛЬНІСТІ КЛІЄНТІВ В РЕСТОРАННОМУ БІЗНЕСІ	195
Косенко Є.А., Косенко О.П. ІННОВАЦІЙНІ ПІДХОДИ ДО МАРКЕТИНГУ ДЛЯ МАЛИХ БІЗНЕСІВ У КОНКУРЕНТНОМУ СЕРЕДОВИЩІ	197
Котлубай В.О., Кучерявко А.С. ВИКОРИСТАННЯ БРЕНДИНГУ ДЛЯ ВІДНОВЛЕННЯ ІМІДЖУ ТУРИСТИЧНИХ РЕГІОНІВ УКРАЇНИ	200
Кувіка Г.О. ОРГАНІЗАЦІЙНО-ЕКОНОМІЧНІ ІНСТРУМЕНТИ ВІДНОВЛЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ СФЕРИ ГОСТИННОСТІ В УКРАЇНІ	204
Кулиняк І. Я. ТУРИЗМ 5.0: НОВІ ПІДХОДИ ДО ПРОСУВАННЯ ТУРИСТИЧНИХ НАПРЯМІВ У ЦИФРОВУ ЕПОХУ	209
Куриленко А. В. Науковий керівник: Салімон О. М. ЗАСТОСУВАННЯ ШТУЧНОГО ІНТЕЛЕКТУ В РЕСТОРАННОМУ БІЗНЕСІ: НОВІ МОЖЛИВОСТІ ДЛЯ ІНДУСТРІЇ ГОСТИННОСТІ	212
Кучай О.В. МАРКЕТИНГОВІ СТРАТЕГІЇ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА В ПОВОЄННИЙ ПЕРІОД	214
Ларка Л. С. ФОРМУВАННЯ МАРКЕТИНГОВИХ ІНСТРУМЕНТІВ УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ У ПОВОЄННИЙ ПЕРІОД	217
Косенко О. П., Литвинова Г. А. ВОЛОНТЕРСЬКИЙ ТУРИЗМ АБО ВОЛОНТУРИЗМ: НОВІ МАРКЕТИНГОВІ МОЖЛИВОСТІ ДЛЯ ПОВОЄННОГО РОЗВИТКУ УКРАЇНИ	219
Літвиненко М.В., Бондаренко В.О. ВІДНОВЛЕННЯ ТУРИСТИЧНОГО ІМІДЖУ УКРАЇНИ ПІСЛЯ ВІЙНИ	219
Любчук О. К., Марченко І. Ф. ДО СТРАТЕГІЙ ПОВОЄННОГО РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ	224
Лямін Д.А. Науковий керівник: Комарніцький І.О. ДОСЛІДЖЕННЯ ТА ОЦІНКА ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННИХ КОМПЛЕКСІВ	227
Буга Н. Ю., Маєр Н. В. ІНКЛЮЗИВНИЙ МАРКЕТИНГ ЯК РУШІЙНА СИЛА РОЗВИТКУ БІЗНЕСУ	230
Масалаб О.В. ВИКОРИСТАННЯ ЕВЕНТ-МАРКЕТИНГУ ДЛЯ ПРОСУВАННЯ ТУРИСТИЧНОГО ПРОДУКТУ	233

Миронов Ю. Б. МАРКЕТИНГОВІ ІНСТРУМЕНТИ СТАЛОГО РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ НА ПРИРОДООХОРОННИХ ТЕРИТОРІЯХ.....	235
Можаровський Д. Л. СТРАТЕГІЯ ПРОСУВАННЯ БРЕНДУ В СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖАХ	238
Калініченко О.О., Мосійчук І.В. Пойта І.О. КРАУДФАНДИНГ ЯК ІНСТРУМЕНТ ВІДНОВЛЕННЯ ТУРИСТИЧНОЇ ІНФРАСТРУКТУРИ УКРАЇНИ: МЕХАНІЗМИ ЗАЛУЧЕННЯ ТА МАРКЕТИНГОВІ СТРАТЕГІЇ.....	240
Мохненко А.С., Гайдичук А.М., Сергієнко М.В. MARKETING TOOLS FOR THE DEVELOPMENT OF TOURISM ENTERPRISES IN DE- OCCUPIED TERRITORIES.....	244
Ніколайчук О.А., Федан К.С. МЕТОДИ ОЦІНЮВАННЯ УПРАВЛІННЯ ЯКІСТЮ ОБСЛУГОВУВАННЯ У ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОМУ ЗАКЛАДІ	247
Носирев О. О. ФОРМУВАННЯ ІМІДЖУ ТА БРЕНДУ ТУРИСТИЧНИХ ДЕСТИНАЦІЙ	251
Олійник В.М. КРЕАТИВНИЙ МАРКЕТИНГ У РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНИХ ДЕСТИНАЦІЙ УКРАЇНИ	254
Олініченко К. С., Прядко О. М. ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ В ПОСТВОЄННИЙ ЧАС НА ХАРКІВЩИНІ ТА СУМЩІНІ	258
Павлючик І.І., Гращенко І.С. СУЧАСНІ ТРЕНДИ ГОТЕЛЬНОГО БІЗНЕСУ	260
Пазій Д.С., Ілляшенко С.М. РОЛЬ ІННОВАЦІЙНИХ ЦИФРОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ В ФОРМУВАННІ БРЕНДУ УКРАЇНСЬКОГО ТУРИЗМУ НА МІЖНАРОДНОМУ РИНКУ: ЗАКЛАДАННЯ ЗАСАД ДЛЯ ПІСЛЯВОЄННОГО ВІДНОВЛЕННЯ	263
Перерва О.П., Романчик Т.В., ОЦІНКА КОНКУРЕНТНИХ ПЕРЕВАГ ТУРИСТИЧНОГО ПРОДУКТУ	266
Пойта І.О., Калініченко О.О. Мосійчук І.В. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ТА ПРАКТИЧНІ АСПЕКТИ МАРКЕТИНГОВОЇ КОМУНІКАЦІЙНОЇ ПОЛІТИКИ В ГОТЕЛЬНОМУ БІЗНЕСІ	269
Голубець І.М., Просятнікова Н.А. КОМПЛЕКСНИЙ ПІДХІД ДО ВІДНОВЛЕННЯ ТУРИСТИЧНОЇ ІНДУСТРІЇ: ПРОПОЗИЦІЇ ЩОДО ФІНАНСОВОЇ ПІДТРИМКИ, ПРАВОВОГО РЕГУЛЮВАННЯ ТА МАРКЕТИНГОВИХ СТРАТЕГІЙ	273
Протченко К.О. ВПЛИВ ВІЗУАЛЬНОГО КОНТЕНТУ НА УСПІШНІСТЬ МАРКЕТИНГОВИХ КАМПАНІЙ	278
Пустовіт О.Г., Петреико В. КОНСАЛТИНГОВІ ПОСЛУГИ ДЛЯ ЦИФРОВОЇ АДАПТАЦІЇ БІЗНЕСУ В СФЕРІ ГОСТИННОСТІ.....	281
Райко Д.В., Паймаш Г.В., Кролівець І. В. ЦИФРОВІ ТЕХНОЛОГІЇ ТА ІНКЛЮЗИВНИЙ МАРКЕТИНГ У ГАЛУЗІ ТУРИЗМУ: ПЕРСПЕКТИВИ ДЛЯ ЛЮДЕЙ З ІНВАЛІДНІСТЮ	284
Ракша А.Р. Науковий керівник: Редько В.Є. СТОРИТЕЛЛІНГ ЯК ІНСТРУМЕНТ БРЕНДИНГУ РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ У ПОВОЄННІ ЧАСИ	287
Решетняк О. І., Данько Н. І., Бабічева А.Є. ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ ЦІННІСНОЇ ПРОПОЗИЦІЇ В РЕСТОРАННОМУ БІЗНЕСІ ПІД ЧАС КРИЗ	289
Романюк І.А. РОЛЬ СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖ У ФОРМУВАННІ ПОЗИТИВНОГО ІМІДЖУ ТУРИСТИЧНИХ ДЕСТИНАЦІЙ УКРАЇНИ	292

Рудакова М. Д.	
КІНОМАРКЕТИНГ: СУТНІСТЬ ТА ОСОБЛИВОСТІ ВИКОРИСТАННЯ.....	295
Савельєв В. Л., Чернишов В.О., Ларка Л. С.	
ОСОБЛИВОСТІ УПРАВЛІННЯ РЕЗУЛЬТАТИВНІСТЮ МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА В КРИЗОВИХ СИТУАЦІЯХ.....	298
Савицька Н.Л.	
СТРАТЕГІЇ МАРКЕТИНГУ ВЗАЄМОДІЇ В ІНДУСТРІЇ ГОСТИННОСТІ.....	300
Савонік А. С.	
Науковий керівник: Трикіша М. С.	
МАРКЕТИНГОВІ ІНСТРУМЕНТИ І СТРАТЕГІЇ ПРОСУВАННЯ ЕКСКУРСІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ. ПОПУЛЯРИЗАЦІЯ ЕКСКУРСІЇ ЯК ВИДУ ТУРИСТИЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ.....	304
Саленко Л.Р.	
СТАЛИЙ РОЗВИТОК ЯК ОСНОВА МАРКЕТИНГОВИХ СТРАТЕГІЙ В ПОВОЄННОМУ ТУРИЗМІ.....	307
Самойлов О.В., Романчик Т.В.	
ВПЛИВ ЦИФРОВИХ РЕКЛАМНИХ ІНСТРУМЕНТІВ НА КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ В УМОВАХ СУЧАСНОГО РИНКУ.....	310
Сичова О. Є.	
ВИКОРИСТАННЯ СУЧАСНИХ МАРКЕТИНГОВИХ ІНСТРУМЕНТІВ У МІЖНАРОДНІЙ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА.....	313
Скіданов А.С.	
Науковий керівник: Комарніцький І.О.	
НАПРЯМКИ РОЗВИТКУ МАРКЕТИНГУ В СУЧАСНИХ ГОТЕЛЬНИХ ЗАКЛАДАХ.....	317
Смик О.С.	
ПОВОЄННИЙ РОЗВИТОК СФЕРИ ГОСТИННОСТІ ТА ТУРИЗМУ: ПЕРСПЕКТИВИ, ВИКЛИКИ ТА МОЖЛИВОСТІ.....	320
Соломко Б.О.	
ВИКОРИСТАННЯ ІШТУЧНОГО ІНТЕЛЕКТУ (AI) У ДІДЖИТАЛ-МАРКЕТИНГУ.....	323
Ставська Ю.В., Грисюк В. А.	
ТЕХНОЛОГІЇ ПРОМОЦІЇ ЗАКЛАДУ РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА.....	325
Стамат В.М., Романова А.О.	
МАРКЕТИНГОВІ СТРАТЕГІЇ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ В УМОВАХ ВОЄННОГО СТАНУ.....	328
Стамат В.М., Пелюшкевич А. С.	
ВИКОРИСТАННЯ ЦИФРОВОГО МАРКЕТИНГУ ДЛЯ ВІДНОВЛЕННЯ ГАЛУЗІ ГОСТИННОСТІ ТА ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ У ПОВОЄННИЙ ПЕРІОД.....	332
Струк Д.М., Романчик Т.В.	
ОСОБЛИВОСТІ РЕКЛАМИ У СФЕРІ ГОСТИННОСТІ.....	336
Суходольська А. І., Хитра О. В.	
ПЕРСПЕКТИВНІ НАПРЯМИ ВІДНОВЛЕННЯ ТУРИСТИЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ НА ТЕРИТОРІЇ ХМЕЛЬНИЧЧИНИ У ПОВОЄННИЙ ЧАС.....	338
Телегуз К. А.	
Науковий керівник: Трикіша М. С.	
ВПЛИВ РЕКЛАМИ НА ПСИХІКУ СПОЖИВАЧА В ТУРИЗМІ.....	343
Теребух А. А., Роїк О. Р.	
ДЕРЖАВНО-ПРИВАТНЕ ПАРТНЕРСТВО: ІНСТРУМЕНТИ ЗАЛУЧЕННЯ РЕСУРСІВ ТА РЕАЛІЗАЦІЇ МАРКЕТИНГОВИХ СТРАТЕГІЙ У ВІДНОВЛЕННІ ТУРИСТИЧНОЇ ГАЛУЗІ УКРАЇНИ.....	347
Тимошенко Д.В., Перерва П.Г.,	
ЕКОНОМІЧНА ХАРАКТЕРИСТИКА ТУРИСТИЧНОГО ПРОДУКТУ.....	352
Тищенко О.Л.	
ОСОБЛИВОСТІ РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ УКРАЇНИ В УМОВАХ ВІЙНИ ТА ЄВРОІНТЕГРАЦІЇ.....	355
Ткачова Н.П., Косенко С. А., Косенко Р. А.	
РОЛЬ СОЦІАЛЬНИХ МЕДІА У ФОРМУВАННІ МАРКЕТИНГОВОЇ КОМУНІКАЦІЙНОЇ ПОЛІТИКИ.....	357

Хамініч С.Ю., Полякова С.В., Попова Є.А. СТРАТЕГІЧНЕ РЕСУРСНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЯК КЛЮЧОВИЙ ФАКТОР УСПІХУ СУЧАСНОГО МАРКЕТИНГУ	360
Хорошилов А.О., Кобелева Т.О., ВИКОРИСТАННІ КОМПЛАСНС-ПРОГРАМ В ТУРИСТИЧНОМУ БІЗНЕСІ.....	362
Решетняк О. І., Чаленко Ю. С. ІННОВАЦІЙНІ ПІДХОДИ ДО СТВОРЕННЯ БРЕНДУ В РЕСТОРАННІЙ ІНДУСТРІЇ	365
Черчик Л.М. МАРКЕТИНГ ЯК ІНСТРУМЕНТ ПОВОЄННОМУ РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНО- РЕКРЕАЦІЙНОЇ СФЕРИ УКРАЇНИ.....	368
Чмерук Т.Ю., Оборіна А.Ю., Косенко О.П.....	372
РОЛЬ ІНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГУ У ПОВОЄННОМУ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ УКРАЇНИ	372
Шевелюк М.М. РОЛЬ МАРКЕТИНГУ У ПОВОЄННОМУ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ ІНДУСТРІЇ ТУРИЗМУ ТА ГОСТИННОСТІ	375
Шейн О.С., Косенко О.П. СТРАТЕГІЇ ЗАЛУЧЕННЯ КЛІЄНТІВ НА В2В РИНКАХ: НОВІ ГОРИЗОНТИ ТА ІНСТРУМЕНТИ.....	378
Шиян Б. В., Сухорукова А. Л. МАРКЕТИНГОВІ ПІДХОДИ ДЛЯ СТИМУЛЮВАННЯ ВНУТРІШНЬОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ.....	381
Щука Г.П., Коробейникова Я.С. ДО ПРОБЛЕМИ СЕГМЕНТАЦІЇ СПОЖИВАЧІВ ПОСЛУГ СІЛЬСЬКОГО ТУРИЗМУ	382

СЕКЦІЯ ІІ

РОЗВИТОК ТУРИЗМУ ТА ГОСТИННОСТІ В РЕГІОНАХ УКРАЇНИ

Novorukha Alina Supervisor: Segida Kateryna THE HOSPITALITY INDUSTRY OF THE UKRAINIAN CARPATHIANS DURING MARTIAL LAW	388
Lityunenko M. V., Orlova A.I., Bandurova D.O. STUDY OF THE PROSPECTS OF FOREIGN TOURISM IN UKRAINE AFTER THE FULL- SCALE INVASION.....	391
Shevchenko Hanna, Petrushenko Mykola THE ECOCIDE IN SOUTHERN UKRAINE AND THE ECONOMIC SECURITY OF THE BLACK SEA TOURISM AND RECREATION	393
Гедін М.С. ВПЛИВ ФЕСТИВАЛІВ НА СФЕРУ ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ	395
Андренко І. Б. СЕРВІС ДОСТАВКИ ЇЖІ: ДОСВІД GLOVO В УКРАЇНІ	398
Аніщенко А. П., Яріко М. О., НОСТАЛЬГІЙНИЙ ТУРИЗМ В УКРАЇНІ МІЖ ОСОБИСТИМИ ІСТОРІЯМИ ТА ГЛОБАЛЬНИМИ ПОДІЯМИ.....	400
Антоненко І.Я., Ісаєнко А.О. ГАСТРОНОМІЧНИЙ ТУРИЗМ КИІВЩИНИ: ДОСВІД НІМЕЧЧИНИ.....	403
Басюк Т.О., Гуменюк А.С. ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ГЕОТУРИЗМУ НА РІВНЕНЩИНІ.....	407
Безхлібна А. П., Котляр С.О. ОСОБЛИВОСТІ ОРГАНІЗАЦІЇ ТУРИСТИЧНОГО БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ	409
Бейдик О.О., Гладкий О. В., ІННОВАЦІЙНИЙ АСПЕКТ КЛЮЧОВОГО ПОНЯТТЯ РЕГІОНАЛІСТИКИ	412
Бендасюк О.О., Сахарнацька Л.І., ЕКОЛОГІЧНИЙ ТУРИЗМ І СТАЛИЙ РОЗВИТОК СІЛЬСЬКИХ ТЕРИТОРІЙ: ПРОБЛЕМИ, ШЛЯХИ ВИРІШЕННЯ.....	415

Бурка В. Й. КРЕАТИВНИЙ ТУРИЗМ ЯК ДРАЙВЕР ВІДНОВЛЕННЯ ДЕПРЕСИВНИХ РЕГІОНІВ УКРАЇНИ	418
Верещака А.О. Науковий керівник: Сегіда К. Ю. РОЗВИТОК ТУРИЗМУ ТА ГОСТИННОСТІ В РЕГІОНАХ УКРАЇНИ: ВИКЛИКИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ	421
Вишняков О. В., Куниця К. В. АСПЕКТИ РАЦІОНАЛЬНОГО ВИКОРИСТАННЯ ХАРЧОВОЇ СИРОВИНИ В ЗАКЛАДАХ РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА.....	424
Вогулкіна Д. В., Мельник І. Л. ДИВЕРСИФІКАЦІЯ НАПРЯМКІВ ТУРИЗМУ ЯК ЧАСТИНА ФОРМУВАННЯ ІМІДЖУ РЕГІОНУ УКРАЇНИ	426
Волков Д.О. ВПЛИВ ВІЙНИ НА СТАН ГОТЕЛЬНОЇ ІНДУСТРІЇ УКРАЇНИ. СТРАТЕГІЇ ТА ПЕРСПЕКТИВИ ЇЇ ПОВОЄННОГО РОЗВИТКУ	429
Голованенко І. К., Куниця К. В. АНАЛІЗ СУЧАСНИХ ТЕНДЕНЦІЙ В ДИЗАЙНІ ІНТЕР'ЄРІВ ЗАКЛАДІВ ГОСТИННОСТІ.....	433
Горішевський П.А., Луцик І.М. РОЗВИТОК ГАСТРОНОМІЧНОГО ТУРИЗМУ В КАРПАТСЬКОМУ РЕГІОНІ УКРАЇНИ	436
Губський С.О., Голубець І. М. КРОС-КУЛЬТУРНІ ВИКЛИКИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНОГО РИНКУ УКРАЇНИ	439
Гуртова М.О., Літвиненко М.В. ЗАГРОЗИ ТА МОЖЛИВОСТІ УКРАЇНСЬКОГО ТУРИЗМУ В СУЧАСНИХ УМОВАХ.....	442
Датченко Є.О., Куниця К. В. УПРАВЛІННЯ ІННОВАЦІЙНИМ РОЗВИТКОМ ПІДПРИЄМСТВА РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА	446
Дашевська І.М. ІНДУСТРІАЛЬНИЙ ТУРИЗМ ЯК ПЕРСПЕКТИВА ПОВОЄННОГО ВІДНОВЛЕННЯ ЗАПОРІЖЖЯ	450
Дащук Ю.Є. УПРАВЛІННЯ ТУРИСТИЧНИМИ ДЕСТИНАЦІЯМИ НА ЗАСАДАХ СТАЛОГО РОЗВИТКУ	452
Дегтяренко А.О. Науковий керівник: Діденко А.В. РОЗВИТОК ЕКОЛОГІЧНОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ В УМОВАХ СЬОГОДЕННЯ	456
Демко В.С. АНАЛІЗ СУЧАСНИХ ТРЕНДІВ В СФЕРІ ТУРИЗМУ ТА ГОСТИННОСТІ	459
Дибчук Л.В. МАРКЕТИНГ ЯК ІНСТРУМЕНТ АДАПТАЦІЇ ТУРИСТИЧНОЇ ГАЛУЗІ ДО УМОВ НЕСТАБІЛЬНОСТІ	463
Довгань Н.С. ГОСТИННІСТЬ МІСТА: ФІЛОСОФІЯ ТА АКУПУНКТУРА УРБАНІСТИЧНОГО СЕРЕДОВИЩА	468
Доділова К. Д., Земліна Ю. В., Устименко Ю. О. ОСОБЛИВОСТІ ФУНКЦІОНУВАННЯ ГОТЕЛЬНОГО ГОСПОДАРСТВА В УМОВАХ ВОЄННОГО СТАНУ	472
Доділова К. Д., Полуда В. В., Матвеева Д. Р. УКРАЇНСЬКИЙ ДОСВІД РЕБРЕНДИНГУ В ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОМУ БІЗНЕСІ.....	476
Долинська О.О., Пилип'юк С.В. ТУРИСТИЧНО-РЕКРЕАЦІЙНІ РЕСУРСИ ЗАКАРПАТТЯ: СУЧАСНИЙ СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ	479
Долинська О.О., Петровський С.О. РЕЛІГІЙНИЙ ТУРИЗМ В УКРАЇНІ ВИКЛИКИ СУЧАСНОСТІ	482

Заклекта О.І., Гончаренко Н.О., НАПРЯМИ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ВИКОРИСТАННЯ ТУРИСТИЧНИХ РЕСУРСІВ ТЕРНОПІЛЬСЬКОЇ ОБЛАСТІ	485
Заюков І.В. ГАСТРОНОМІЧНИЙ ТУРИЗМ ЯК ВАЖЛИВИЙ ФАКТОР РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНОЇ СФЕРИ УКРАЇНИ	488
Ілляшенко С.М. ПЕРЕДУМОВИ ПОВОЄННОГО РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ В РЕГІОНАХ УКРАЇНИ	491
Кабашна А. Г., Куниця К. В. РОЛЬ ПАКУВАННЯ В РЕСТОРАННОМУ БІЗНЕСІ: ВІД БЕЗПЕКИ ДО МАРКЕТИНГУ	494
Киба К.Р. Науковий керівник: Сегіда К. Ю. СТІЙКИЙ ТУРИЗМ В УКРАЇНІ: МОЖЛИВОСТІ РОЗВИТКУ ТА ПЕРСПЕКТИВИ ЗБЕРЕЖЕННЯ ПРИРОДНИХ ТА КУЛЬТУРНИХ РЕСУРСІВ	497
Кісілюк О. І. Науковий керівник: Гуцал Л. А. СУЧАСНИЙ СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ЛІКУВАЛЬНО-ОЗДОРОВЧОГО ТУРИЗМУ В ЛЬВІВСЬКІЙ ОБЛАСТІ.....	502
Коваленко О. В., Лаврик Ю. В. ІННОВАЦІЇ СФЕРИ ЕКСКУРСІЙНОГО ОБСЛУГОВУВАННЯ В ІНДУСТРІЇ ГОСТИННОСТІ.....	507
Копейченко Є. А., Куниця К. В. ЗАСТОСУВАННЯ ЕКО-ДИЗАЙНУ В ЗАКЛАДАХ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА	510
Копейченко Є. А., Куниця К. В. КОНЦЕПЦІЯ ВИЇЗНОГО МОЛЕКУЛЯРНОГО БАРУ ЯК СУЧАСНОГО ФОРМАТУ ЗАКЛАДУ РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА	514
Кропив'янський А. В. КОМУНІКАЦІЙНА ПОЛІТИКА ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ ЯК ІНСТРУМЕНТ РОЗВИТКУ СТАЛОГО ТУРИЗМУ	518
Лагодюк П. М. Науковий керівник: Мозолев О. М. ВИДИ ТУРИСТИЧНИХ ВЕЛОПОДОРОЖЕЙ.....	520
Лантух К.Д. Науковий керівник: Верезомська І.Г.....	523
УПРАВЛІННЯ БІЗНЕС-ПРОЦЕСАМИ ПІДПРИЄМСТВА ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ	523
Лепетень Д. А., Якименко-Терещенко Н.В., РОЗВИТОК СПОРТИВНОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ	525
Левіна Ю.М. РОЗВИТОК ЗАМКОВОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ	528
Плецан Х. В., Луценко В.П. СОЦІАЛЬНО-ГУМАНІТАРНІ ТЕНДЕНЦІЇ ДЕРЖАВНОГО УПРАВЛІННЯ РОЗВИТКУ КУЛЬТУРНОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ.....	531
Луців Є. М. ПЕРСПЕКТИВИ КРАЄЗНАВЧИХ ОБ'ЄКТІВ НАДВІРНЯНИЩИНИ В КОНТЕКСТІ НОСТАЛЬГІЙНОГО ТУРИЗМУ.....	533
Любченко В.В., Титарєва В.І. ВИННИЙ ТУРИЗМ В УКРАЇНІ.....	538
Любчук О. К., Кутакова Д. О. РЕКРЕАЦІЙНО-ТУРИСТИЧНІ ПОСЛУГИ: МОЖЛИВОСТІ НАДАННЯ В САНАТОРНО- КУРОРТНИХ ЗАКЛАДАХ.....	541
Макаровський М.Н., Паска М.З. ВИКОРИСТАННЯ ІННОВАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ У ЛІКУВАЛЬНОМУ ХАРЧУВАННІ	543

Матвійчук М.М., Голубець І.М. РОЗВИТОК ЗЕЛЕНИХ МАРШРУТІВ ТА ЕКСКУРСІЙ В УКРАЇНІ.....	545
Маховка В.М. РОЛЬ ТУРИЗМУ В ПОПУЛЯРИЗАЦІЇ КУЛЬТУРНОЇ СПАДЩИНИ УКРАЇНИ	548
Мельник І.Л., Рагозін О.А. РОЗВИТОК ГАСТРОНОМІЧНОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ: ГАЛИЦЬКА КУХНЯ.....	551
Мельник Н.В., Мельник А.В. РОЛЬ ЛАНДШАФТІВ У ФОРМУВАННІ РЕКРЕАЦІЙНОГО СЕРЕДОВИЩА: ТЕОРЕТИЧНИЙ АСПЕКТ	553
Мироседі О. В. Науковий керівник: Панова І. О. ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ГОТЕЛЬНОГО ГОСПОДАРСТВА В УКРАЇНІ В УМОВАХ ВІЙНИ	557
Мірошник М. В., Волощак С.С., Ілляшенко Є.С. ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ ТА ГОСТИННОСТІ В РЕГІОНАХ УКРАЇНИ	560
Мозольський Е.В., Куниця К. В. СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ У РОЗРОБЦІ МЕНЮ ДЛЯ ЗАКЛАДІВ РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА	562
Назаренко М. В. Науковий керівник: Куниця К. В. ВПЛИВ КОЛЬОРОВИХ РІШЕНЬ НА СПРИЙНЯТТЯ ІНТЕР'ЄСУ ЗАКЛАДУ РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА	564
Неїзжала А.В. ІННОВАЦІЙНІ ПРОЦЕСИ В МІЖНАРОДНОМУ ГОТЕЛЬНОМУ БІЗНЕСІ ЯК ЗАПОРУКА УСПІХУ	567
Несторишен І.В. ПОТЕНЦІАЛ ТУРИЗМУ В КОНТЕКСТІ ЕКОНОМІЧНОГО ТА СОЦІАЛЬНОГО ІНТЕГРУВАННЯ ВПО	569
Ніколаєва О. О., Куниця К. В. СТВОРЕННЯ КОМФОРТНОГО СЕРЕДОВИЩА В ГОТЕЛЯХ ЧЕРЕЗ ДИЗАЙН ІНТЕР'ЄСУ.....	572
Носирєв О. О. ПЕРСПЕКТИВИ ІНДУСТРІЇ ВІТЧИЗНЯНОГО ТУРИЗМУ НА ШЛЯХУ ПЕРЕХОДУ ДО СТАЛОГО РОЗВИТКУ	574
Нужда В.Л. ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ РІЧКОВИХ ТА МОРСЬКИХ КРУЇЗІВ В УКРАЇНІ	577
Олійник О.С., Сушма Я., Дудченко Р. РОЗВИТОК ТУРИЗМУ ТА СФЕРИ ГОСТИННОСТІ В КАМ'ЯНЕЦЬ-ПОДІЛЬСЬКОМУ	580
Богдан Н. М., Осовець О. Е. ЕКОЛОГО-ЕКОНОМІЧНИЙ АСПЕКТ ВІДНОВЛЕННЯ РЕГІОНАЛЬНОГО ТУРИЗМУ В ПОСТКРИЗОВИЙ ПЕРІОД.....	582
Остапчук І. О., Чорна К. І. ДОСЛІДЖЕННЯ ПОТЕНЦІАЛУ ТУРИСТИЧНО-РЕКРЕАЦІЙНИХ ЗАКЛАДІВ ПЕРЕДМІСТЯ КРИВОГО РОГУ	584
Павленко Л. Р., Куниця К. В. ВПЛИВ СЕЗОННИХ ПРОДУКТІВ НА СКЛАДАННЯ РЕСТОРАННОГО МЕНЮ.....	587
Паска М.З., Хромова М.В. ВПЛИВ НОВИХ ФОРМАТІВ ЗАКЛАДІВ РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА НА ТУРИСТИЧНУ ПРИВАБЛИВІСТЬ ТА КУЛЬТУРУ ГОСТИННОСТІ МІСТ.....	590
Долинська О.О., Петровський С.О. РЕЛІГІЙНИЙ ТУРИЗМ В УКРАЇНІ ВИКЛИКИ СУЧАСНОСТІ	592
Псарьова М. І., Куниця К. В. РОЛЬ СОМЕЛЬЄ У СУЧАСНОМУ ЗАКЛАДІ РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА.....	595
Редько В.Є. КОНЦЕПЦІЯ «SLOW TRAVEL» ЯК ВЕКТОР МОДЕРНІЗАЦІЇ ТУРИЗМУ У ПОВОЄННОМУ РОЗВИТКУ УКРАЇНИ.....	597

Савельєва С.О. ТРЕВЕЛ-БЛОГІНГ ЯК ІННОВАЦІЙНИЙ ІНФОРМАЦІЙНИЙ ПРОДУКТ В ТУРИЗМІ.....	599
Саленко Л.Р. ГОСТИННІСТЬ ЯК КЛЮЧОВИЙ ЕЛЕМЕНТ СІЛЬСЬКОГО ТУРИЗМУ НА ЗАКАРПАТТІ	602
Саленко Л.Р. СТВОРЕННЯ ГАСТРОТУРІВ ДЛЯ ЗАЛУЧЕННЯ ТУРИСТІВ ДО РІЗНИХ РЕГІОНІВ.....	605
Самілик М. М., Носик М. І. ЕНОГАСТРОНОМІЧНИЙ ПОТЕНЦІАЛ СУМЩИНИ.....	608
Сидорук А. В. СУЧАСНИЙ СТАН І ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ РЕСТОРАННОЇ ГАЛУЗІ В МІСТІ ЗАПОРІЖЖЯ	611
Скриль І.А., Іваненко П.О. СТРІТ-АРТ І РОЗВИТОК МІСЬКОГО ТУРИЗМУ	613
Красюков В.Ю. Науковий керівник: Ставська Ю.В. ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ СПОРТИВНОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ У ПІСЛЯВОЄННИЙ ПЕРІОД.....	616
Таран Є. Д. Науковий керівник: Сегіда К. Ю. ЧОРНОБИЛЬСЬКА ЗОНА ВІДЧУЖЕННЯ ЯК ПРОВІДНА ЛОКАЦІЯ «ТЕМНОГО» ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ	619
Тараненко О. О., Андрієнко С. М. ПЕРСПЕКТИВИ АПІТУРИЗМУ НА ВНУТРІШНЬОМУ ТУРИСТИЧНОМУ РИНКУ УКРАЇНИ	624
Тараненко О. О., Соболь В. В. РЕГІОНАЛЬНІ АСПЕКТИ РОЗВИТКУ ВНУТРІШНЬОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ	626
Терещенко М.В., Трикіша М. С. СУЧАСНІ ПРОБЛЕМИ ІНКЛЮЗИВНОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ.....	628
Брезіцький Дем'ян, Тесля Ольга ІННОВАЦІЙНІ ПІДХОДИ ДО ОРГАНІЗАЦІЇ ХАРЧУВАННЯ СПОРТИВНИХ ЗАХОДІВ	632
Касьянчук Святослав, Брагін Семен, Тесля Ольга АКТУАЛЬНІ ДОСЛІДЖЕННЯ РИНКУ СПОЖИВЧИХ УПОДОБАНЬ	635
Тищенко С. В. СТВОРЕННЯ ТА РОЗВИТОК ТУРИСТИЧНО-РЕКРЕАЦІЙНИХ КЛАСТЕРІВ ЯК СПОСІБ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ РЕГІОНАЛЬНОЇ ЕКОНОМІКИ.....	637
Тищенко О.Л., Степаненко І. О. ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ	641
Тищенко О.Л., Туренко А.В. РОЗВИТОК ГАСТРОНОМІЧНОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ	644
Ткач Д.П., Писарева І.В. ОСОБЛИВОСТІ ФУНКЦІОНУВАННЯ ДИТЯЧИХ ТАБОРІВ В УКРАЇНІ ТА МОЖЛИВОСТІ ЇХ ПОКРАЩЕННЯ.....	647
Трикіша М. С., Ліщук Ю. М. РОЛЬ КЛІЄНТООРІЄНТОВАНОСТІ В ТУРИЗМІ НА ПРИКЛАДІ ЕКСКУРСІЙНОГО БЮРО «ЦІКАВИЙ КИЇВ»	650
Філоненко Ю.М., Філоненко І.М. РЕЛІГІЙНИЙ ТУРИЗМ ЯК ВАЖЛИВА СКЛАДОВА ТУРИСТИЧНОЇ ГАЛУЗІ ПРИЛУЦЬКОГО РАЙОНУ ЧЕРНІГІВСЬКОЇ ОБЛАСТІ.....	653
Холодна К. О., Куниця К. В. ВПЛИВ ПАНДЕМІЇ COVID-19 НА ЗМІНУ АСОРТИМЕНТУ ПОСЛУГ У ГОТЕЛЯХ ТА РЕСТОРАНАХ.....	655
Черепіна А. Науковий керівник: Сегіда К. Ю. ПРИРОДНО-КУЛЬТУРНА СПАДЩИНА ТА РОЗВИТОК ТУРИЗМУ В КАРПАТСЬКОМУ РЕГІОНІ УКРАЇНИ	657

Шевченко Д. П. РОЗВИТОК ІНДУСТРІЇ ГОСТИННОСТІ УКРАЇНИ В УМОВАХ ВОЄННОГО СТАНУ. ВИКЛИКИ СЬОГОДЕННЯ	660
Щербаков Д. С., Галясний І.В. УДОСКОНАЛЕННЯ технології КЕКСІВ З ВИКОРИСТАННЯМ КУПАЖОВАНИХ олій ТА продуктів переробки зернопереробної і плодоовочевої галузі	662
Щербина В.В., Чебан А.О. РОЗВИТОК ЛОГІСТИЧНИХ ПРОЦЕСІВ У ЗАКЛАДАХ ГОСТИННОСТІ ЯК ФАКТОР ПІДВИЩЕННЯ ТУРИСТИЧНОЇ ПРИВАБЛИВОСТІ РЕГІОНІВ	666
Якименко-Терещенко Н.В., Медведєв С.В. КРИЗОВІ ЯВИЩА В ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ ГОТЕЛЬНОГО ГОСПОДАРСТВА: СУТНІСТЬ ТА ФАКТОРИ	668
Якименко-Терещенко Н.В., Кабашна А.Г. СІЛЬСЬКИЙ ТУРИЗМ КАРПАТСЬКОГО РЕГІОНУ У ВОЄННИЙ ПЕРІОД.....	671
Яковишина М. С., Шліхта А. В., Борейчук Л. А. САДОВО-ПАРКОВІ ОБ'ЄКТИ ЯК ОСЕРЕДКИ РЕКРЕАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ І ТУРИЗМУ М. РІВНЕ.....	673
Янюк О.В., Куделевич Л., Пруднікова Д. ГОСТИННІСТЬ М'ЯСНОГО РЕСТОРАНУ BEEF & SAKE МІСТА ХМЕЛЬНИЦЬКОГО	677

Ефективна економіка, 2020. № 1. DOI: 10.32702/2307-2105-2020.1.70

2. Ємельяненко Я., Мирний С. Подолання криз інноваційним туризмом / Я. Ємельяненко, С. Мирний // *Туризм у XXI столітті: виклики та реагування: матеріали міжнародної науково-практичної конференції (Київ, 27.11.2020 р.)*. Київ: КНУ імені Тараса Шевченка, 2020. С. 116-121

3. Центр організаційно-технічного і інформаційного забезпечення управління зоною відчуження. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.facebook.com/cotiz.org.ua/posts/3418920194888102>

4. Чорнобиль: «радіоактивна перлина» українського туризму. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.radiosvoboda.org/a/28864492.html>

5. Офіційний сайт Державного агентства України з управління зоною відчуження. [Електронний ресурс]. – <https://dazv.gov.ua/>

Тараненко О. О.
*кандидат економічних наук, доцент кафедри
туристичного та готельного бізнесу*
Андрієнко С. М.
аспірант
*Полтавський університет економіки і торгівлі
м. Полтава, Україна*

ПЕРСПЕКТИВИ АПІТУРИЗМУ НА ВНУТРІШНЬОМУ ТУРИСТИЧНОМУ РИНКУ УКРАЇНИ

В нинішній час на туристичному ринку України зростає актуальність видів туризму, що мають лікувально-оздоровче спрямування. До них належить апітуризм. Він позитивно впливає на фізичний та психо-емоційний стан подорожуючих, збагачує місцеві природні ресурси, сприяє збереженню культурних традицій та соціально-економічному розвитку сільських територій.

Ресурсною базою апітуризму є бджільництво. Відвідування пасік дає можливість туристам ознайомитися з особливістю життя бджолосімей, з роботою бджоляра, процедурою виготовлення меду та інших продуктів бджільництва (пилкок, віск, перга, маточне молочко). Туристи можуть продигустувати продукти бджільництва та дізнатися про методи лікування різних хвороб з їх допомогою.

Особливості апітуризму:

- сприяє сталому розвитку суспільства, оскільки бджільництво збагачує природні ресурси без негативного впливу на екологію;
- дозволяє ознайомитися з технологією виробництва різних продуктів бджільництва;
- забезпечує популяризацію екологізації серед туристів через поширення інформації про місце та роль бджоли в різних екосистемах;
- впевненість туристів у якості продукції бджільництва, яку вони можуть придбати прямо на пасіці;

- можливість проведення лікувальних процедур з використанням бджолоїної отрути та цілющої енергетики бджолоїної сім'ї (сон на вуликах) [1, 2, 3].

Апітуризм не можна зводити лише до подорожі туристів з метою купівлі продукції бджільництва. Йому притаманні риси культурно-пізнавального, гастрономічного, сільського зеленого, екологічного та інших видів туризму.

Розглядаючи апітуризм як вид лікувально-оздоровчого туризму слід звернути увагу на відповідні властивості основного продукту бджільництва – меду. Його споживання зменшує кількість холестерину в крові, розширює кровоносні судини, знижує запальні процеси шлунково-кишкового тракту, зміцнює опорно-руховий апарат, оптимізує обмін речовин, покращує зір і пам'ять, підвищує витривалість до несприятливих чинників довкілля, оптимізує діяльність нервової системи (заспокійлива, загально-зміцнювальна і тонізуюча дія), підвищує стійкість до різних отрут, покращує стан шкіри, підвищує розумову і фізичну працездатність, виявляє рекреативну та омолоджувальну дію, сприяє довголіттю [1]. Інші продукти бджільництва також мають лікувально-профілактичні властивості. Популяризація такої інформації сприятиме підвищенню попиту на апітуристичні подорожі.

Ресурсною базою апітуризму є бджільництво. В Україні станом на кінець 2021 року було зареєстровано майже 43,5 тис. пасік та 2236 тис. бджолосімей [4]. До областей з найбільшою кількістю пасік у цьому році належали Кіровоградська (2520 пасік), Запорізька (2307 пасік) та Вінницька (2148) області [5]. Бойові дії на території України негативно вплинули на галузь бджільництва, зокрема через знищення близько 30% медоносних територій та втрату пасік на територіях з активними бойовими діями. В таких умовах Україна змогла у 2023 році зайняти друге місце серед країн-експортерів меду до ЄС (Китай (60200 т або 37% від загального експорту меду до ЄС), Україна (45800 т, 28%), Аргентина (20400 т, 12%), Мексика (10700 т, 7%) і Куба (4700 т, 3%) [6]. Це свідчить про потенціал вітчизняної галузі бджільництва навіть в таких умовах. Подальші кроки відновлення галузі пов'язують із залученням грантових коштів для відновлення матеріально-технологічної бази на пасіках, що безпосередньо постраждали від бойових дій.

Наявне ресурсне забезпечення апітуризму в Україні забезпечує виконання ним своїх основних функцій. Для розвитку лікувально-оздоровчої складової апітуризму шляхом виготовлення на основі продуктів бджільництва лікарських препаратів, організації лікування бджолоїною отрутою та створення апі-будиночків необхідно залучати додаткові фінансові ресурси для створення відповідної матеріальної бази.

Таким чином, апітуризм є перспективним актуальним видом туризму. Його розвиток має мультиплікативний ефект, що забезпечує реалізацію економічних, соціальних та культурних завдань.

Список використаних джерел:

1. Гонта Д. В. Апітуризм – інноваційний напрямок сільського зеленого туризму. Актуальні проблеми та перспективи розвитку обліку, аналізу та контролю в соціально-

орієнтованій системі управління підприємством: наук.-практ. конф. (м. Полтава, 30-31 березня 2023 р.). Полтава : ПДАУ, 2023. Ч.2. С. 571–573.

2. Сеньків М., Габа М., Шевчук А. Географія і сучасний стан апітуризму в Україні та Словенії. *Вісник Київського національного університету культури і мистецтв. Серія : Туризм*. 2020. Т. 3, № 2. С. 175-184.

3. Сіромаха А. О., Аріон О. В. Розвиток апітуризму в Україні. *Конструктивна географія та раціональне використання природних ресурсів*. 2021. Вип. 1(1). С. 24-32.

4. Українські пасічники виходять із тіні – зросла кількість зареєстрованих пасік і бджолосімей. URL: <https://brdo.com.ua/news/ukrayinski-pasichnyky-vyhodyat-iz-tini-zrosla-kilkist-zareyestrovanyh-pasik-i-bdzholosimej/>

5. Кількість та розмір пасік в Україні за областями. URL: <https://kurkul.com/spetsproekty/%201140-kilkist-ta-rozmir-pasik-v-ukrayini-za-oblastyami--infografika>

6. У 2023 році ЄС імпортував меду на 359,3 млн євро. URL: <https://ec.europa.eu/eurostat/en/web/products-eurostat-news/w/ddn-20240520-1>

Тараненко О. О.

*кандидат економічних наук, доцент кафедри
туристичного та готельного бізнесу*

Соболь В. В.

аспірант

*Полтавський університет економіки і торгівлі
м. Полтава, Україна*

РЕГІОНАЛЬНІ АСПЕКТИ РОЗВИТКУ ВНУТРІШНЬОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ

Різноманіття видів туризму забезпечує можливість його провадження на будь-якій території. Якісно розроблений регіональний туристичний продукт є привабливим для іноземних та внутрішніх туристів. Внутрішній туризм є важливим джерелом попиту на вітчизняні туристичні продукти. В нинішній час туристичний ринок України функціонує в умовах значних обмежень для обслуговування внутрішніх туристичних потоків. В умовах подальшої невизначеності соціально-економічних умов господарювання, регіональна туристична політика повинна бути спрямована на адаптацію туристичної пропозиції до потреб і можливостей внутрішнього туриста.

Індустрія туризму інтегрована в економіку регіону за допомогою коопераційних відносин, соціальної, ринкової, комунікаційно-технічної інфраструктури, на основі взаємодії ринкових сил попиту та пропозиції, скорегованих державною економічною політикою, та базується на єдиних регіональних ресурсах: природно-кліматичних, географічних, екологічних, культурно-історичних, інфраструктурних (трудових, фінансових, інформаційних, технологічних), організаційно-економічних [1].

Туристична спеціалізація регіонів ґрунтується на наявності і типах рекреаційних ресурсів, рівні розвитку відповідної інфраструктури і всіх видів діяльності, що входять до індустрії туризму. Переважання у структурі

Наукове видання

**II Міжнародна науково-практична конференція
«МАРКЕТИНГОВІ ТА ОРГАНІЗАЦІЙНІ МЕХАНІЗМИ ПОВОЄННОГО
РОЗВИТКУ ГАЛУЗІ ГОСТИННОСТІ ТА ТУРИЗМУ УКРАЇНИ»
(26-27 листопада 2024 року, м. Харків)**

Матеріали конференції
Частина 1

Відповідальний за випуск *проф. Н.В. Якименко-Терещенко*
Редактор *О.О. Носирєв*
Дизайн обкладинки *О.О. Носирєв*

Підп. до друку 28.12.2024 р. Формат 60×84 1/8.
Гарнітура Times New Roman. Ум. друк. арк. 45,05

Видавничий центр НТУ «ХПІ». 61002, Харків, вул. Кирпичова, 2
Свідоцтво про державну реєстрацію ДК № 5478 від 21.08.2017 р.