



Харківський національний університет
міського господарства імені О.М. Бекетова



Кафедра туризму і готельного господарства

**СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ ІНДУСТРІЇ
ТУРИЗМУ ТА ГОСТИННОСТІ: ГЛОБАЛЬНІ ВИКЛИКИ**

**ЗБІРНИК МАТЕРІАЛІВ
МІЖНАРОДНОЇ
НАУКОВО-ПРАКТИЧНОЇ
КОНФЕРЕНЦІЇ**

**15 квітня 2025 року
Харків, Україна**

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
Варненський вільний університет (Болгарія)
AGH Науково-технічний університет (Польща)
Varna University of Management (Болгарія)
Центральноукраїнський національний технічний університет, м. Кропивницький
Національний технічний університет «Дніпровська Політехніка»
Харківський національний економічний університет імені Семена Кузнеця
Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна
Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут»
Хмельницький національний університет
Запорізький національний університет
Волинський національний університет імені Лесі Українки, м. Луцьк
Криворізький національний університет
Університет митної справи та фінансів, м. Дніпро
Черкаський державний технологічний університет, м. Черкаси
Національний університет «Запорізька політехніка»
Державний біотехнологічний університет, м. Харків
Навчально-науковий інститут «Українська інженерно-педагогічна академія»
Харківського національного університету ім. В.Н. Каразіна
Вінницький національний аграрний університет
Львівський торговельно-економічний університет
Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника
Луцький національний технічний університет
Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара м. Дніпро
Державний торговельно-економічний університет, м. Київ
Підманівська філія ОЗ «Світязький ліцей»
Державний університет «Житомирська політехніка»
Національний університет «Чернігівська політехніка»
Хмельницький університет управління та права імені Леоніда Юзькова
Криворізький державний педагогічний університет
Кременчуцький національний університет імені Михайла Остроградського
Міжрегіональна Академія Управління персоналом
Навчально-науковий інститут економіки і торгівлі ім. М.Туган-Барановського
ВСП «Хмельницький торговельно-економічний фаховий коледж ДТЕУ»

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

**МАТЕРІАЛИ
IV МІЖНАРОДНОЇ НАУКОВО-ПРАКТИЧНОЇ КОНФЕРЕНЦІЇ**

Харків 2025

«Сучасні тенденції розвитку індустрії туризму та гостинності: глобальні виклики»: матеріали міжнародної науково-практичної конференції, м. Харків / колектив авторів; Харківський національний університет міського господарства імені О.М. Бекетова, 2025. – 431 с.

Доповіді науково-практичної 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: Білецький І. В., ректор ХНУМГ ім. О. М. Бекетова, д-р екон. наук, професор, академік Інженерної академії України, дійсний член Академії будівництва України, Заслужений професор ХНУМГ ім. О. М. Бекетова.

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

Телюра Н. О. канд. техн. наук, доцент, начальник науково-дослідної частини ХНУМГ ім. О. М. Бекетова

Члени організаційного комітету:

Оболенцева Л. В., завідувачка кафедри Туризму і готельного господарства ХНУМГ ім. О.М. Бекетова; 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, завідувачка кафедри фінансів обліку і безпеки бізнесу ХНУМГ ім. О.М. Бекетова, голова Первинної профспілкової організації студентів ХНУМГ ім. О. М. Бекетова, голова ГО «Надихай», член Центрального комітету Профспілки працівників освіти і науки України;

Давидов Є.О., асистент кафедри кафедри Туризму і готельного господарства ХНУМГ ім. О.М. Бекетова.

© Колектив авторів, 2025

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

ЗМІСТ ПОНЯТТЯ ТУРИСТИЧНИЙ ФЕСТИВАЛЬ ТА ТЕХНОЛОГІЯ ЙОГО ОРГАНІЗАЦІЇ

У сучасному світі фестивалі стали невід'ємною частиною туристичного продукту. Подієвий туризм, зокрема фестивальний, виступає ефективним засобом активізації туристичних потоків, формування позитивного іміджу території та стимулювання соціально-економічного розвитку регіонів. Організація туристичного фестивалю є складним технологічним процесом, який вимагає чіткої координації дій, врахування потреб цільової аудиторії, партнерської взаємодії та маркетингової стратегії. *Метою статті є визначення змісту поняття «Туристичний фестиваль».*

Нажаль для потреб практики туристичного бізнесу визначення того, що називати туристичним фестивалем, який зміст в нього вкладати та як конкретно організовувати і проводити фактично немає. Туризмознавча наука часто далека від практичного бізнесу і в основному вдається до теоретизувань та узагальнень. Автору цієї статті з 2013 року вдалося вийти за рамки теорії науки і стати практиком після підготовки і початку реалізації у місті Кривому Розі «Програми розвитку промислового туризму». Ця програма діє й до сьогодні. Тому більшість наступних викладень мають не лише формальнологічні заключення, а спираються на достатній практичний досвід підготовки і проведення туристичних фестивалів у місті Кривому Розі упродовж 2017-2021 рр.

У друкованих джерелах туристичні фестивалі розглядаються як складову подієвого туризму як форми подорожі, метою якої є участь у визначній події або її спостереження (наприклад, фестивалі, карнавали, святкування, церемонії, спортивні змагання чи природні явища). Такий туризм потребує наявності відповідних ресурсів і спеціальної організації. [2, с. 14; 3, с. 337], але без чітких змістовних зазначень самого поняття. Тобто в основному йде мова про сутнісні та відмінні ознаки особливого виду туризму, який пов'язаний із фестивалями [1, с. 57; 4, с. 194]. Водночас проводиться категоріальна різниця між практичним проведенням туристичного фестивалю та його науково-теоретичне осмислення як окремого різновиду туризму з відповідною класифікацією [2, с. 16]. Ми ж додамо, що у туризмознавстві проблема змісту самого ключового поняття «Туристичний фестиваль» не розкрита. Виходячи зі змісту фестивалю як явища та власного практичного досвіду роботи в туристичній сфері нами запропоновані уявлення поняття «Туристичний фестиваль».

На нашу думку, *Туристичні фестивалі – масові заходи, метою яких є залучення великої кількості туристів до подій переважно вуличного формату, які передбачають прибуток громади та суб'єктів підприємницької діяльності за рахунок фінансових надходжень за короткий період проведення фестивалю.* Туристичним фестиваль стає лише у тому випадку, коли він планується для великої кількості прибулих відвідувачів – індивідуалів або організованих груп. У протилежному випадку фестиваль буде цікавим лише для місцевих і буде звичайним культурним івентом для розваг.

Головною особливістю *туристичних фестивалів є те, що вони спеціально створюються для приїжджих*, місцеві мешканці тут повинні мати менший сегмент серед споживачів або стати на період проведення фестивалю обслуговуючим персоналом та підприємницькою складовою. Економічної метою туристичних фестивалів є заробляння грошей на події. Без туристів вуличні фестивалі перетворюються просто на місцевий культурний захід, для розваг місцевих мешканців з елементом дрібного бізнесу (атракціони, конкурси, їжа, напої, концерт тощо).

Туристичні фестивалі мають регіональні передумови для їх тематик, наприклад на Херсонщині – «Фестиваль кавуна», у Кривому Розі як потужному промисловому центрі держави – «Індастріал Фест». Це логічно, тому що подібні туристичні фестивалі відштовхуються від існуючої місцевої специфіки території та інтересів громади. Проте туристичні фестивалі можуть бути і придумані на рівному місці, а за умов професійного маркетингу та підбору цільової аудиторії поступово перетворитися на туристичний фестиваль.

Наприклад у Кривому Розі фестиваль «Єврофест» проводиться з 2014 року, але цільова аудиторія була майже цілковито місцевою. До іншого фестивалю, який точно мав би туристичний зміст – «Індастріал Фест» з 2017 й по 2021 рр., до якого можна було залучити велику кількість гостей з інших регіонів через унікальність змісту програми та самого індустріального регіону. Більше ніде в Україні фестивалі індустріальної культури не проводились, а найближчі аналоги є лише в Європі – Польща, Німеччина. Тому туристичний потенціал з цих двох головних фестивалів у Кривому Розі є лише у «Індастріал Фесту».

Для реалізації поставлених завдань розвитку туризму у громадах України безумовним є необхідність створення подієвих заходів. Туристичний фестиваль тут є головним форматом для залучення туристів і коштів за ними. Тому питання підготовки, організації та безпосередньо проведення фестивалів є ключовим елементом методики у практичному туризмі. Розробка організаційних засад туристичних фестивалів більше ґрунтується на практичному досвіді. Наприклад, автор статті у 2017 році виступив ініціатором проведення фестивалю індустріальної тематики в місті Кривому Розі – «Ніч індустріальної культури». У наступних роках назва

фестивалю еволюціонувала до «Індастріал Фесту», але його змістова ідея не змінилися – *формувати та просувати індустріальну культуру у суспільстві*.

Для залучення туристів до фестивалю команда організаторів повинна працювати не лише напряму з індивідуальним потенційним відвідувачем але й з суб'єктами туристичного бізнесу – туроператорами, турагентами, гідами. Саме вони через власні промоційні ресурси та клієнтську базу можуть забезпечити збори організованих туристів – групи від 1 до кількох автобусів. Якщо фестиваль охоплює 2 дні з різною програмою по днях до обслуговування туристів долучаються представники закладів гостинності (готелі, хостели, кемпінги) та харчування (кафе, ресторани). Це є додатковим фінансовим доходом до місцевого бюджету та доходів суб'єктів туристичного бізнесу.

Ключовим питанням технології підготовки й організації туристичного фестивалю є алгоритм послідовних дій.

1. *Визначення місії туристичного фестивалю*. Місією туристичних фестивалів – є просування у короткочасному і масовому вуличному форматі ідей культури, благодійності, бізнесу та сприяння розвитку місцевої економіки. Наприклад, у широкому розумінні фестивалі індустріальної тематики забезпечують формування індустріальної культури у широких верств населення.

2. *Визначення теми туристичного фестивалю*. Найважливіший етап підготовки фестивалю, який має увібрати загальну ідею, яка має задати образ і зміст фестивалю. Наприклад для просування ідей індустріальної культури в темі туристичного фестивалю має міститися слова «індустрія», «промисловість», «техніка», «технології». Місія Індастріал фестів полягає у формування індустріальної культури, тому бажано термін «культура» зберегти у назві.

3. *Визначення цільової аудиторії туристичного фестивалю*. Тут мають бути враховані різні категорії населення: вік, соціальний статус, професійна спрямованість, географія постійного мешкання тощо. Наприклад, цільова аудиторія фестивалів індустріальної тематики – іногородні люди, які цікавляться індустрією, технікою, технологіями, історією індустріального розвитку краю, промисловою продукцією, промисловими об'єктами різних типів тощо.

4. *Формулювання мети туристичного фестивалю*. Під метою традиційно визнається конкретний вимірюваний результат діяльності. Наприклад, кількість залучених місцевих та іногородніх мешканців, термін проведення тощо.

5. *Розробка завдань підготовки та реалізації туристичного фестивалю*. Завдання мають розкривати мету і бути конкретизованими і фактично виступають планом дій з організації як магістральні напрями роботи.

6. *Вибір місця проведення туристичного фестивалю.* Наприклад для фестивалів індустріального змісту найкращим майданчиком для їх проведення є антуражна промислова територія з реальними виробничими об'єктами: завод, фабрика, прикар'єрна ділянка, плато відвалу, шахтний двір, технічний скансен. Територія фестивалю повинна відповідати критеріям: зручність розташування, доступність, просторість для розміщення локацій і наявність широких вільних проходів між ними. Використання території для фестивалю потрібно погоджувати з власниками землі – місцевою владою, приватними особами, організаціями.

7. *Вибір сезону року та дати проведення фестивалю.* Критеріями вибору моменту проведення фестивалю через його вуличний формат слугують погодні умови, погодні ризики та дні тижня. Для туристів найзручнішими днями тижня є субота та неділя або вихідні святкові дні.

8. *Формування списку учасників і локацій.* Учасники фестивалю – це особи або організації, які представлятимуть власну ініціативу або запрошені (як артисти сцени) в межах відведеного часу та відведеної ділянки (локації). Далі визначається зміст локації до деталей – чим вона буде наповнена, ким представлена, що буде демонструватись, які плануються активності тощо. Особливе значення є визначення сучасного і популярного музичного хедлайнера. Для харчування відвідувачів мають бути організовані точкові і секторні фудзони.

9. *Визначення інфраструктурного забезпечення фестивалю.* При підготовці фестивалю обов'язковими вимогами є забезпечення учасників усім необхідним обладнанням. На території фестивалю обов'язково відвідувачі мають бути забезпечені туалетами, доступом до питної і технічної води, паркувальною зоною, урнами, контейнерами для сміття. Територією фестивалю мають бути встановлені покажчики основних секторів фестивалю. На території фестивалю мають бути передбачені локації медичної і пожежної служб та пункт охорони правопорядку.

10. *Складання бюджету.* Показує не лише фінансові потреби фестивалю, а й засвідчує, що він готовий до реалізації. У бюджеті фестивалю основними статтями є витрати на: організацію локацій, транспортні перевезення устаткування та учасників, оренда території та обладнання, реклама, оплата праці команди організаторів і артистів, транспортні перевезення відвідувачів з віддалених або інших населених пунктів, забезпечення безпеки (поліція, медицина, охорона), електроенергію, прибирання території фестивалю. Доходна частина бюджету фестивалю складається з надходжень від спонсорів, грантів, донатів, коштів ГО, коштів місцевого бюджету. Частину грошей під час фестивалю можна отримати за рахунок продажу вхідних квитків, а також внесок від бізнесу – фудзони, зони платних розваг, фотографії, продаж сувенірів тощо.

11. *Розробка програми фестивалю.* Це програмний документ. Розробляється зміст і дизайн програмки фестивалю. Якщо територія фестивалю велика, то рекомендується додатково і окремо розробити карту

фестивалю і роздавати її усім учасникам. Територія фестивалю заздалегідь розподіляється на локації – функціональні зони. У процесі комунікації з учасниками визначається необхідна площа. Складається легенда локацій. Для великого фестивалю, слід встановити інформаційний стенд. Як правило це орендований під тематику фестивалю намет, який розміщується на вході до території фестивалю. Якщо фестиваль має комерційні засади, то тут же встановлюється каса з продажу вхідних квитків.

12. Реклама фестивалю, просування програми фестивалю. Для вдалого візуального оформлення фестивалю необхідно передбачити підготовку друкованих матеріалів: програми фестивалю карти локацій, бренд-вол фестивалю, матеріали для організації фотозони фестивалю, буклети, магніти, флаєри, прапори та прапорці, брендований(ні) намет(ти), банери тощо. Для просування ідеї фестивалю розробляється оригінальний і тематичний бренд: логотип і слоган. Реклама фестивалю має бути проведена заздалегідь. Це дозволить туроператорам та турагенствам вчасно провести власну промокомпанію зі збором туристичних груп. Основними каналами просування фестивалю є: 1)соціальні мережі, де рекомендується створювати окремі сторінки події; 2)створення окремого сайту фестивалю або сторінки на існуючих ресурсах; 3)поширення інформації через класичні ЗМІ; 4)вулична реклама. Маркетинг фестивалю у команді організаторів забезпечує дизайнер, відеооператор, фотограф та SMMщик.

13. Визначення партнерів і волонтерів фестивалю. Мова йде про добровільних помічників на безоплатній основі та спонсорах різного типу. Від волонтерів очікується підтримка для допомоги з гостями та підготовкою.

14. Проведення самого фестивалю. Команда фестивалю повинна контролювати всі процеси в режимі запланованого таймінгу проведення заходів. Організатори фестивалю повинні забезпечити комунікацію між організаторами, учасниками, технічним персоналом, волонтерами, журналістами, блогерами та ін.

15. Постфестивальний моніторинг і аналіз. Мета – прослідкувати успішність фестивалю через фідбек від відвідувачів, статті у ЗМІ, опитування відвідувачів тощо. Готується звіт про результати фестивалю. Учасників локацій рекомендується відзначити грамотами або подяками.

Загальна схема алгоритму підготовки і проведення фестивалю може змінюватись залежно від масштабу, тематики та його формату.

Спільним знаменником організації туристичного фестивалю є наявність команди та підхід до фестивалю з позицій проєктного менеджменту. Кінцевим бенефіціаром здобутків від фестивалю є громада. Регулярні фестивалі сприяють розвитку та розбудові інфраструктури – дороги, готелі, заклади харчування, точки з виробництва та торгівлі сувенірами тощо. Успіх фестивалю залежить від чіткої методичної підготовки, правильної стратегії просування та активної взаємодії з туристичним бізнесом.

Список літератури:

1. Грицку-Андрієш Ю. П., Бучко Ж. І. Фестивальний туризм у системі рекреаційно-туристської діяльності // Науковий вісник Чернівецького університету. 2010. Вип. 519-520. – С. 56-60.
2. Мальська М.П., Грицишин А.Т., Білоус С.В., Топорницька М.Я. Фестивальний туризм: теорія та практика. Навчальний посібник. К.: Видавець ФОП Піча Ю.В., 2022. – 232 с.
3. Руленко К.С. Основні види фестивального туризму // Туристичний та готельно-ресторанний бізнес: світовий досвід та перспективи розвитку для України. Матер. Всеукр. науково-практ. конф. Одеса: ОНЕУ, 2019. – С. 337-339.
4. Феленчак Ю.Б. Розвиток фестивального туризму як напрям реалізації соціальної доктрини туризму в Україні // Держава та регіон. Серія: Економіка та підприємництво. 2019. №3 (108). С. 193-197.

UDC 338.482:004

Tsviliy Sergiy,

Candidate of Economic Sciences, docent,
Associate Professor of Department of tourism, hotel and restaurant business
National University «Zaporizhzhia Polytechnic»

IMPLEMENTATION OF DIGITAL TECHNOLOGIES IN THE TOURISM INDUSTRY ENVIRONMENT

The tourism industry is prone to transformation, which is directly related to the rapid development of digital technologies. Digital technologies have significantly influenced the process of analysis, evaluation, booking of tourist services; they are a key driver of the development strategy of a tourist destination, taking into account the fact that most of its systems and infrastructure facilities are automated [1]. Digital technologies in the tourism environment contribute to the synchronization of tourist activity with the space of the tourist destination, allow him to plan a trip, interact with the population of the territory, regardless of the location of stay and knowledge of the language of the given territory (use of headsets with simultaneous translation, consulting on national local attractions, etc.). The basic directions of development of the digital environment in the tourism industry are based on recognized facts.

Firstly, each entity involved in the tourism industry tries to meet the needs of tourists, taking into account their individual requests and desires, i.e. the use of an individual approach in this area is increasing. Analytical data allows tourism industry entities to obtain complete information about tourists, which allows them to use an individual approach in the most effective way and meet the needs of customers to the fullest extent possible. Travel companies need to anticipate the needs of their customers, see the difficulties and help solve them using the process

ЗМІСТ

СЕКЦІЯ 1

ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННА СПРАВА ТА КЕЙТЕРІНГ

Dimitrina Kamenova, Nataliia Bogdan FINANCIAL AND ECONOMIC SECURITY OF HOTEL AND RESTAURANT ENTERPRISES IN TIMES OF CRISIS.....	4
Давидова О.Ю., Александрова К.К. ФУНКЦІЇ HR-МЕНЕДЖМЕНТУ У ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОМУ ГОСПОДАРСТВІ.....	6
Kuzmynchuk N., Volkov A. MARKETING POTENTIAL OF AN INDUSTRIAL ENTERPRISE IN THE CONTEXT OF DIGITAL TRANSFORMATION.....	9
Оболенцева Л.В. Ширкова А.О. ТАЙМ-МЕНЕДЖМЕНТ У КРИЗОВИХ УМОВАХ: АДАПТАЦІЯ ГОТЕЛЬНОГО БІЗНЕСУ ДО ВИКЛИКІВ ВОЄННОГО ЧАСУ.....	12
Давидова О.Ю., Старжинька К.К., РОЛЬ HR-МЕНЕДЖМЕНТУ В ІНДУСТРІЇ ГОСТИННОСТІ.....	15
Смєсова В.Л. ТЕНДЕНЦІЇ ВИКОРИСТАННЯ ІННОВАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ У ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОМУ І ТУРИСТИЧНОМУ СЕКТОРІ.....	18
Давидова О.Ю., Дупленко М.С. УНІКАЛЬНІСТЬ ТА ОСОБЛИВОСТІ ПОСЛУГ ПІДПРИЄМСТВ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА.....	20
Оболенцева Л.В., Михайльченко С.В. АДАПТАЦІЯ ПЕРСОНАЛУ ЯК ВАЖЛИВА СКЛАДОВА КОРПОРАТИВНОЇ КУЛЬТУРИ.....	22
Давидова О.Ю., Куденко В.В. СУЧАСНИЙ СТАН РИНКУ ГОТЕЛЬНИХ ПОСЛУГ В УКРАЇНІ.....	25
Лазарєва Т.А., Лазарєв М.І., Цихановська І.В. ОСОБЛИВОСТІ ВЕДЕННЯ РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ В УМОВАХ ВІЙСЬКОВОГО ЧАСУ В УКРАЇНІ.....	27
Давидова О.Ю., Ладигіна М.С. АНАЛІЗ РИНКУ ПОСЛУГ ЗАКЛАДІВ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ ЗАКАРПАТТЯ.....	29
Оболенцева Л.В. РЕКОМЕНДАЦІЇ ЩОДО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ: РЕАЛІЗАЦІЯ КОНЦЕПЦІЇ SLOW FOOD.....	32
Якименко-Терещенко Н.В., Псарьова М.І. СВІТОВІ ПРАКТИКИ РЕАЛІЗАЦІЇ WOW-СЕРВІСУ В ТУРИЗМІ І ГОСТИННОСТІ.....	36
Свідло К.В., Лашина Є.С. МЕХАНІЗМ АНТИКРИЗОВОГО УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВАМИ РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ В УМОВАХ ВОЄННОГО СТАНУ.....	38
Давидова О.Ю., Оніщенко С.М., ШЛЯХИ УДОСКОНАЛЕННЯ ЯКОСТІ ПОСЛУГ У ПІДПРИЄМСТВІ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА.....	42
Свідло К.В., Дегтяр Д.Д. ДОСЛІДЖЕННЯ ПОБУДОВИ ІМІДЖУ ПІДПРИЄМСТВА РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ В УМОВАХ ВОЄННОГО СТАНУ.....	44

Коробкова П.О., Покогодна М.М., ВПЛИВ ГЕНЕРАЦІЇ Z ТА МІЛЛЕНІАЛІВ НА ФОРМУВАННЯ НОВИХ СТАНДАРТІВ ОБСЛУГОВУВАННЯ У ГОТЕЛЯХ ТА РЕСТОРАНАХ.....	197
Кравцова С.В., Спіцина Н.В. СПЕЦІФІКА ОРГАНІЗАЦІЇ ТА УПРАВЛІННЯ ЗАКЛАДІВ З РОЗМІЩЕННЯ ПЕРЕСЕЛЕНЦІВ.....	199
Сегеда І.В., Пилипенко Д.О. ВИКОРИСТАННЯ ШТУЧНОГО ІНТЕЛЕКТУ В ІНДУСТРІЇ ГОСТИННОСТІ.....	201
Сегеда І.В. ДОСЛІДЖЕННЯ РИНКУ ГОТЕЛЬНИХ ПОСЛУГ УКРАЇНИ..	204
Сегеда І.В. ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ ГОТЕЛЬНОЇ ІНДУСТРІЇ УКРАЇНИ В СУЧАСНИХ УМОВАХ.....	206
Сегеда І. В., Абдурахманов Р. Х., АВТОМАТИЗАЦІЯ ПРОЦЕСІВ ОНЛАЙН БРОНЮВАННЯ В УМОВАХ ОБМЕЖЕНИХ РЕСУРСІВ ГОТЕЛІВ.....	209
Філіппова О.Ю., Маслов О.О. РОЗВИТОК ЕКО-ГОСТИННОСТІ ТА ЗЕЛЕНИХ ГОТЕЛІВ: СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ.....	212
Філіппова О.Ю., Маційовський А.А., Чудновська О.В. АНАЛІЗ ЕФЕКТИВНОСТІ НОВИХ ФОРМАТІВ РЕСТОРАННИХ КОНЦЕПЦІЙ: ВІД ФУД-КОРТІВ ДО РЕСТОРАНІВ З ВІДКРИТИМИ КУХНЯМИ.....	214
Філіппова О.Ю., Таран А.О. РОЗВИТОК ГАСТРОНОМІЧНОГО ТУРИЗМУ ТА ЙОГО ВПЛИВ НА ГОТЕЛЬНИЙ БІЗНЕС.....	216
Філіппова О.Ю., Фадєєва В.О., Верема С.В., ОСОБЛИВОСТІ ТА ВИКЛИКИ КЕЙТЕРИНГУ НА МАСОВИХ ЗАХОДАХ.....	219
Філіппова О.Ю., Цівко А.О., Фоменко А.О. СУЧАСНІ СТРАТЕГІЇ ЦІНОУТВОРЕННЯ У ГОТЕЛЬНОМУ БІЗНЕСІ.....	221
Філіппова О.Ю., Чудновська О.В. РОЛЬ РЕСТОРАННОЇ КУХНІ В СТВОРЕННІ УНІКАЛЬНОГО БРЕНДУ ГОТЕЛЮ.....	223
Абдурахманов Р. Х., Сегеда І. В., ВИКОРИСТАННЯ ІНСТРУМЕНТІВ ЕЛЕКТРОННОЇ КОМЕРЦІЇ У ГОТЕЛЬНОМУ БІЗНЕСІ УКРАЇНИ.....	226
Давидов Є.О., Цибулько М.С. ПРОФЕСІЙНА ПІДГОТОВКА ФАХІВЦІВ У СФЕРІ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ.....	228
Слінкіна С.Д. РОЛЬ ДИВЕРСИФІКАЦІЇ У ПІДВИЩЕННІ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА.....	231

СЕКЦІЯ 2

ТУРИЗМ І РЕКРЕАЦІЯ

Матвійчук Л.Ю., Панасюк А.В., Жадько О.А. СТРАТЕГІЧНІ ВЕКТОРИ РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНИХ ДЕСТИНАЦІЙ УКРАЇНИ В УМОВАХ ЄВРОІНТЕГРАЦІЇ.....	235
Безуглий В.В., Роскладка Н.О. АНАЛІТИКА BIG DATA ЯК ІНСТРУМЕНТ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ МАЛИХ ТУРИСТИЧНИХ ПІДПРИЄМСТВ.....	238
Ivanova R.Yu. INTERNATIONAL LEGAL FOUNDATIONS FOR THE SUSTAINABLE DEVELOPMENT OF TOURIST DESTINATIONS IN THE POST-WAR PERIOD: THE ECONOMIC ROLE OF UN SYSTEM ORGANIZATIONS, THE WORLD BANK, AND THE OECD.....	241

Казаков В.Л. ЗМІСТ ПОНЯТТЯ ТУРИСТИЧНИЙ ФЕСТИВАЛЬ ТА ТЕХНОЛОГІЯ ЙОГО ОРГАНІЗАЦІЇ.....	243
Tsviliy Sergiy IMPLEMENTATION OF DIGITAL TECHNOLOGIES IN THE TOURISM INDUSTRY ENVIRONMENT.....	248
Оболенцева Л.В. ОСОБЛИВОСТІ ВІТЧИЗНЯНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ ПЕРСОНАЛУ В УМОВАХ ВІЙНИ.....	251
Оболенцева Л.В. РЕГІОНАЛЬНИЙ МАРКЕТИНГ ТА ЙОГО РОЛЬ У РОЗВИТКУ ІНДУСТРІЇ ТУРИЗМУ.....	254
Оболенцева Л.В., Власова А.В. ОСОБЛИВОСТІ ПРОСУВАННЯ БРЕНДУ ТУРИСТИЧНИХ ПІДПРИЄМСТВ У СУЧАСНИХ УМОВАХ....	257
Bezsmertniuk T. P. SPECIFIC FEATURES OF URBAN TOURISM DEVELOPMENT.....	260
Бондаренко Л.А., Кіяхова О.А. РИЗИКИ ТУРИСТИЧНОГО БІЗНЕСУ В УМОВАХ КРИЗ: ТИПОЛОГІЯ, ОЦІНКА, РЕАГУВАННЯ.....	263
Бондаренко Л.А., Зикова А.А. ІНСТРУМЕНТАРІЙ МОДЕРНІЗАЦІЇ ТУРИСТИЧНО-РЕКРЕАЦІЙНОЇ СФЕРИ: ВІД ЦИФРОВІЗАЦІЇ ДО СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ.....	265
Богдан Н.М., Осовець О.Е. ФОРМУВАННЯ ОРГАНІЗАЦІЙНО-ЕКОНОМІЧНОГО МЕХАНІЗМУ ПІСЛЯКРИЗОВОГО ВІДНОВЛЕННЯ РЕГІОНАЛЬНОЇ ЕКОНОМІКИ (НА ПРИКЛАДІ ТУРИСТИЧНОГО СЕКТОРУ).....	267
Богдан Н.М., Власова А.В. ОСНОВНІ НЕГАТИВНІ ФАКТОРИ, ЩО ВПЛИВАЮТЬ НА ТУРИСТИЧНУ ІНДУСТРІЮ УКРАЇНИ В УМОВАХ ВІЙНИ.....	270
Богдан Н.М., Шпитальна О.О. ЦИФРОВІЗАЦІЯ ТУРИСТИЧНОЇ ІНФРАСТРУКТУРИ: ВПРОВАДЖЕННЯ SMART-ТЕХНОЛОГІЙ.....	273
Богдан Н.М., Ясинська А.О. ІНТЕГРАЦІЯ ШТУЧНОГО ІНТЕЛЕКТУ: ІННОВАЦІЙНІ РІШЕННЯ ТА ПЕРСПЕКТИВИ ЗАСТОСУВАННЯ В ТУРИСТИЧНІЙ ІНДУСТРІЇ.....	275
Александрова С.А., Світлична В.Ю. СТРАТЕГІЧНЕ УПРАВЛІННЯ РОЗВИТКОМ ПЕРСОНАЛУ ПІДПРИЄМСТВ ТУРИСТСЬКОЇ ІНДУСТРІЇ В УМОВАХ ВІЙНИ.....	277
Александрова С.А. ДОСВІД ПІСЛЯВОЄННОГО ВІДНОВЛЕННЯ ТУРИЗМУ В ДЕЯКИХ КРАЇНАХ СВІТУ ТА ПЕРСПЕКТИВИ ЙОГО РОЗВИТКУ В УКРАЇНІ.....	279
Андренко І.Б., Поколотний В.В., Іващенко С.Я. DARK ТУРИЗМ ЯК ГЛОБАЛЬНИЙ ФЕНОМЕН: МОТИВАЦІЙНІ ЧИННИКИ, ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ.....	281
Андренко І.Б., Лук'янчук А.В. ДОСВІД ФУНКЦІОНУВАННЯ ІНФРАСТРУКТУРИ РОЗВАГ: ПРОБЛЕМИ ЕКСПЛУАТАЦІЇ ТВАРИН..	286
Влащенко Н.М., Борщов П.В. МАРКЕТИНГОВІ ТЕХНОЛОГІЇ В ДІЯЛЬНОСТІ ТУРИСТСЬКОГО ПІДПРИЄМСТВА.....	291
Зеленська О.О., Руснак Д.І., ІННОВАЦІЙНА СКЛАДОВА РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНОЇ ІНДУСТРІЇ ЗА СУЧАСНИХ РЕАЛІЙ.....	293