



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
IV 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. – 425 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: Бабаєв В. М., ректор ХНУМГ ім. О. М. Бекетова, д-р наук з держ. управління, професор

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

Старостіна А. Ю. 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, 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

5. Сало Я., Синіка О. Особливості брендингу в умовах війни. *Економіка та суспільство*. 2024. № 66.
URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/4609> (дата звернення: 18.03.2025).
6. Gradus Research Company. Майже половина українців обирають бренди, які підтримують ЗСУ. URL: <https://gradus.app/uk/open-reports/brand-activism-gradus-research-survey-ukr> (дата звернення: 18.03.2025).
7. Зарва А.О. Вплив реклами на туристичну сферу в умовах війни. *Матеріали VIII Міжнар. наук.-практ. конф. «Управління розвитком соціально-економічних систем» (м. Харків, 21-22 березня 2024 р.)*. Харків: ДБТУ, 2024. Ч.2. С.664-667.
8. Калініченко С.М., Аврята А. В. Специфіка просування туристичних послуг в соціальних мережах. *Український журнал прикладної економіки та техніки*. 2023. Том 8. № 3. С. 341 – 344.
9. Гуманенко О.О., Римар Н.Ю. Рекламний контент у мережевих медіа: інструментарій та вербальні маркери ефективної комунікації в умовах війни. *Вчені записки ТНУ ім. В. І. Вернадського. Сер. Філологія. Журналістика*. 2023. Т. 34(73). №3. С. 332-338.
10. Криволапов Е.А., Сур М.О. Соціальні мережі як інструмент інноваційних технологій у просуванні турпродукту. *Матеріали Міжнар. наук.-практ. конф. «Світові досягнення і сучасні тенденції розвитку туризму та готельно-ресторанного господарства» (м. Запоріжжя, 25 листопада 2022 р.)*. Запоріжжя: НУ «Запорізька політехніка», 2022. С.210-213.

UDC 338.48:793.2

Bezsmertniuk T.P.,

Candidate of Geographical Sciences, Associate Professor,
Associate Professor of the Department of Hotel and Restaurant Business,
Tourism and Recreation
Lesya Ukrainka Volyn National University

SPECIFIC FEATURES OF URBAN TOURISM DEVELOPMENT

In the modern world, urban tourism is a unique and characteristic phenomenon, a phenomenon of our time. At the beginning of the 21st century, experts of the World Tourism Organization established that tourism is one of the key factors in the development of the city. The share of urban settlements where tourism is the main source of local budget financing is gradually increasing. The study of the specifics of urban tourism development is of particular relevance, given today's economic, political, social, technological, and environmental challenges.

The popularity of cities among tourists depends on a variety of factors related to the city itself and the situation in the country and region where it is located. Among the internal factors of tourism development in cities, the availability of tourist resources is important, as a significant number of tourist attractions increases the attractiveness of the city and the length of stay of tourists. A greater diversity of resources in the city will also make it more attractive for visitors and recreation. Another key aspect is the availability of infrastructure, which includes both tourist facilities (hotels, restaurants, tour companies, travel agencies, and entertainment venues) and city services (transportation, medical facilities, and information services) [3].

The development of urban tourism is driven by the active involvement of local authorities, which act as organizers and coordinators of the city's tourism development. It is the city government that determines priorities in the tourism sector, controls the activities of tourism market participants, takes measures to reduce the negative impact of excessive tourist traffic, etc. One of the most effective ways to promote the city is to organize various events, such as sports competitions, cultural exhibitions, and economic forums. Security plays an important role in stimulating urban tourism, as an unstable political or military situation in the region significantly reduces the number of tourists visiting the city [3].

The city's tourism development is driven by its transit value, as cities located at the intersection of tourist routes are particularly popular. Tourism in the city cannot exist separately from general tourism in the country, so the country's legal framework will determine the specifics of the development of the tourism industry in the city. An important aspect of tourism activity in the city is strengthening international cooperation to attract investment, expand the tourist market, and promote its capabilities. This cooperation can be manifested in cooperation with government agencies of other countries, international organizations and other cities. Also, the development of urban tourism often depends on the geopolitical situation [3].

Among the factors that determine the specifics of urban tourism, it is important to take into account the preferences and actions of the tourist. There are the following features of city tourism that depend on the visitor: selectivity (tourists mostly choose only certain parts of the city); limited time of stay (visitors usually spend a short time in the city); one-time (tourists often do not return to cities they have already visited); change of priorities (change of tourist preferences often affects the purpose of the trip) [3].

Urban tourism has a multifaceted impact, bringing positive and negative consequences. It creates employment opportunities, increases incomes, and promotes cultural and social development. At the same time, its negative effects include noise, air pollution, and limited accessibility to attractions and central city districts that are important to the local population [4].

Tourist activity is not evenly distributed across the urban landscape but is usually concentrated in the city center or distributed in different parts of the city in

the form of art clusters, various events and sites for specific objects, and ethnic events. The city center offers a variety of activities in a relatively compact environment. There are also areas in the urban landscape that attract visitors, such as historic neighborhoods, art districts, entertainment and religious sites, and ethnic migrant neighborhoods. The city's outskirts are often used for various types of recreation, leisure, and tourism. The inclusion of open natural landscapes in the urban environment has become important for urban tourism. For example, rural scenic areas and urban forests are a key attraction for many visitors to the city, complementing other tourist attractions.

The specifics of the tourist use of the urban territory depend on the functional and territorial planning specified in a particular "City Master Plan". According to functional zoning, the city is divided into different segments depending on their purpose, so not all zones are used for tourism development [3].

According to the functional zoning of cities, the most extensive tourist use is typical for areas where public, business, and commercial activities are carried out (including historic districts), landscape recreational areas, and lands of the nature reserve fund. Transportation infrastructure zones, through which tourists usually enter the city, are also used in tourism. Often, these facilities provide initial information about the services available in the city. The industrial and special purpose zones are less intensively used, which depends on the dissemination of information about potential tourist attractions located there, as well as the ability to promote them. The residential and communal, and warehouse areas are practically not used for tourist purposes, which allows for comfortable living for city residents and reduces the tourist load on the city [3].

A wide range of services in the areas of accommodation, catering, transportation, and tourist information contributes to the development of the tourist experience in the urban environment. These components form the tourist offer. Depending on the variety of available tourist resources in urban centers, the following zones can be distinguished: business, cultural, entertainment, shopping, etc. The variety of attractive places guarantees that the city attracts a wide range of tourists with different motivations and goals. Tourists are looking for variety in the opportunities that can be organized during several days of visiting a city [0].

The development of a competitive urban tourism product involves the continuous improvement of its components, which must work together efficiently. In recent years, the growing competition between cities for a place in the tourism market has led to the formation of a variety of tourism products, which affects both tourists and city residents [2].

In the context of globalization and the rapid development of technology, cities have equal opportunities to ensure the development of urban tourism. Cities that stand out for their high level of business and commercial activity and have significant economic, political, and cultural potential are particularly attractive to tourists [5]. Planning for urban tourism development should be based on an integrated view of the city as a holistic system and interact with social and economic growth programs.

List of references

1. [Christopher M. Law](#). Urban Tourism: The Visitor Economy and the Growth of Large Cities. London, Continuum, 2002. 217 p.
2. Kerstin Bock. The Changing Nature of City Tourism and its Possible Implications for the Future of Cities. URL: <https://link.springer.com/article/10.1007/s40309-015-0078-5> (дата звернення: 29.03.2025).
3. Безручко Л. С. Туризм у містах: суть, чинники та проблеми розвитку. *Географія та туризм*. 2017. Вип. 39. С. 45–53.
4. Тищенко О. Л., Параніна А. П. Міський туризм як ефективний інструмент розвитку туристичного потенціалу України. *Економічний розвиток держави, регіонів і підприємств: проблеми та перспективи* : матеріали IV Міжнар. наук.-практ. конф. (м. Львів, 28–29 квітня 2021 р.). Львів : Видавництво Львівської політехніки, 2021. С. 80–81.
5. Худавердієва В. А., Коваленко Д. О., Парфеня І. О. Напрями і перспективи розвитку міського урбан-туризму. *Управління розвитком соціально-економічних систем* : матеріали VII Міжнародної науково-практичної конференції (м. Харків, 20–21 квітня 2023 року). Х. : Видавництво ТОВ «Стильна типографія». С. 652–656.

УДК 911.3

Бондаренко Л.А.,

д-р екон. наук, доцент

доцент кафедри туризму та економіки підприємства

Національний технічний університет «Дніпровська політехніка»

Кіяхова О.А.

студентка спеціальності 242 Туризм і рекреація, група 242-213-1

Національний технічний університет «Дніпровська політехніка»

РИЗИКИ ТУРИСТИЧНОГО БІЗНЕСУ В УМОВАХ КРИЗ: ТИПОЛОГІЯ, ОЦІНКА, РЕАГУВАННЯ

У сучасних умовах функціонування туристичного бізнесу ризики відіграють ключову роль у визначенні його стабільності та конкурентоспроможності. Зовнішні виклики, зокрема війна, пандемія COVID-19, економічна нестабільність, а також кліматичні зміни, суттєво ускладнюють діяльність туристичних підприємств. Паралельно з цим зростає значення внутрішніх ризиків, пов'язаних із технічними неполадками, управлінськими помилками та репутаційними втратами. Саме тому ефективне управління ризиками стає необхідною умовою збереження життєздатності бізнесу, його адаптації до змін та відновлення після криз.

З огляду на вищенаведене, актуальним залишається дослідження типології ризиків, оцінка їхнього рівня впливу, а також розробка практичних

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
Лазарева 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

Давидова О.Ю., Бабенко А.О. СЕРВІС ЯК КЛЮЧОВА СКЛАДОВА УСПІХУ НА РИНКУ ПОСЛУГ.....	47
Свідло К.В., Забеліна В.А. ДЕЯКІ АСПЕКТИ ПРОСУВАННЯ ЗАКЛАДУ РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ В УМОВАХ ВОЄННОГО СТАНУ.....	49
Tomalya T.S., Pinyar M.V. CURRENT TRENDS IN THE ADAPTATION OF THE HOTEL AND RESTAURANT BUSINESS IN UKRAINE.....	52
Давидова О.Ю., Гладка В.О. СТАН ТА РОЗВИТОК РИНКУ ПОСЛУГ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА В УКРАЇНІ.....	54
Давидова О.Ю., Ореховська О.В. РОЗВИТОК АПАРТАМЕНТ-ГОТЕЛІВ В УКРАЇНІ.....	57
Давидова О.Ю., Полупан А.О. ФОРМУВАННЯ ПОЗИТИВНОГО ІМІДЖУ ПІДПРИЄМСТВА СФЕРИ ГОСТИННОСТІ.....	60
Давидова О.Ю., Денисенко Т.В., Шахман М.А. ПІДВИЩЕННЯ КВАЛІФІКАЦІЇ ПЕРСОНАЛУ ПІДПРИЄМСТВА ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА ЯК КЛЮЧОВИЙ ФАКТОР ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЯКОСТІ ОБСЛУГОВУВАННЯ СПОЖИВАЧІВ.....	62
Свідло К.В., Мироненко Д.С. ОЦІНКА ЯКОСТІ ПОСЛУГ ЗАКЛАДУ РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ В УМОВАХ ВОЄННОГО СТАНУ.....	65
Давидова О.Ю., Долинська С.С. ФОРМУВАННЯ КОНЦЕПЦІЇ ПІДПРИЄМСТВА ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА.....	67
Каленік К.В., Вікторія Скриннік, Кирилюк О.М. СЕРВІСОЛОГІЯ В СФЕРІ ГОСТИННОСТІ: СВІТОВИЙ ДОСВІД ТА ПРАКТИКИ ВПРОВАДЖЕННЯ.....	69
Бессонова А.В. СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНА БЕЗПЕКА ЗАКЛАДІВ СФЕРИ ГОСТИННОСТІ.....	71
Крамаренко Д. П., Андреева В.О. ЕКОЛОГІЧНІ ІННОВАЦІЇ У ГОТЕЛЬНОМУ БІЗНЕСІ.....	75
Крамаренко Д. П., Косолапова П. Ю. ФОРМУВАННЯ ІМІДЖУ ТА РЕПУТАЦІЇ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО КОМПЛЕКСУ.....	77
Бойко З.В. КАТЕГОРИЗАЦІЯ ГОТЕЛІВ УКРАЇНИ.....	79
Красномовець З.А. ДИЗАЙН ЗАКЛАДІВ ГОСТИННОСТІ В КОНТЕКСТІ КОНЦЕПЦІЇ СТАЛОГО РОЗВИТКУ.....	82
Крамаренко Д.П., Курляндська В.І. ПЕРСПЕКТИВИ СТВОРЕННЯ СУЧАСНОГО БІЗНЕС-ГОТЕЛЮ В КИЄВІ.....	84
Тищук І.В., Тарасюк А.О. ІННОВАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ У РЕСТОРАННОМУ БІЗНЕСІ: ВІД ІНТЕРАКТИВНИХ БАРІВ ДО ЧАТ-БОТІВ.....	86
Миронов Ю.Б. ГОСТИННІСТЬ ЯК ФОРМА ОБ'ЄКТИВНОЇ ТА СУБ'ЄКТИВНОЇ РЕАЛЬНОСТІ.....	90
Олійник О.Ю. КРУГОВА ЕКОНОМІКА ЯК СТРАТЕГІЯ СТАЛОГО РОЗВИТКУ РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ: ЗАКОРДОННИЙ ДОСВІД.....	92
Сидорук А.В., Люта Д.А. ІНФОРМАЦІЙНО-КОМУНІКАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ ЯК СПОСІБ ПРОСУВАННЯ РЕСТОРАННИХ ПОСЛУГ...	95
Прилепа Н.В., Вавренчук В.М. НОВІ ФОРМИ ОРГАНІЗАЦІЇ ДОЗВІЛЛЯ В ЗАКЛАДАХ РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА.....	97

Тищук І.В. ОСОБЛИВОСТІ ОРГАНІЗАЦІЇ КЕЙТЕРИНГУ У РЕСТОРАННІЙ СФЕРІ: ТЕХНОЛОГІЇ ТА МЕТОДИ.....	100
Тищук І.В. МЕТОДОЛОГІЧНІ ПІДХОДИ ДО ІДЕНТИФІКАЦІЇ ТОВАРІВ ЯК ІНСТРУМЕНТ ПРОТИДІЇ ФАЛЬСИФІКАЦІЇ НА СПОЖИВЧОМУ РИНКУ.....	104
Крамаренко ДП., Безсонний В.Л., Фенчук Д.В. КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ – ФАКТОР ПІДВИЩЕННЯ ПРИБУТКОВОСТІ ГОТЕЛІВ.....	106
Свідло К.В., Сафарлі Х.С. ОСОБЛИВОСТІ РОЗРОБКИ ФІРМОВОГО СТИЛЮ ЗАКЛАДІВ РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА.....	108
Черевична Н.І., Сова С.В. БІЗНЕС-ГОТЕЛІ ЯК КЛЮЧОВИЙ ЕЛЕМЕНТ ІНФРАСТРУКТУРИ ДІЛОВОГО ТУРИЗМУ.....	111
Дуб В.В., Іллющенко Н.І., Бричка Б.О. ПЕРСПЕКТИВА РОЗБУДОВИ ІНДУСТРІЇ ГОСТИННОСТІ КІРОВОГРАДЩИНИ З УРАХУВАННЯМ РЕАЛІЙ ВІЙНИ.....	113
Рогова А.Л., Лівий Б.О. ВПЛИВ ПСИХОЛОГІЧНИХ ФАКТОРІВ НА СПОЖИВАННЯ ПРОДУКЦІЇ РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА.....	115
Сорока Р.С. СПЕЦИФІКА ПОЧАТКОВОЇ СТАДІЇ БІЗНЕС-ПЛАНУВАННЯ РЕСТОРАННИХ ЗАКЛАДІВ.....	117
Шейко Ю.О., Слуцький А. Ю. КОНЦЕПЦІЯ «ЗЕЛЕНОГО МАРКЕТИНГУ» В УПРАВЛІННІ ПІДПРИЄМСТВАМИ ІНДУСТРІЇ ГОСТИННОСТІ.....	120
Язіна В.А. ЕМОЦІЙНИЙ ІНТЕЛЕКТ ЯК СКЛАДОВА ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ.....	124
Янюк О.В. ШВЕДСЬКА ЛІНІЯ – ВАЖЛИВИЙ АСПЕКТ У ОБСЛУГОВУВАННІ.....	126
Герман І.В. ОСНОВНІ ВАЖЕЛІ СУЧАСНОГО РОЗВИТКУ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА В УКРАЇНІ.....	128
Кирилюк О.М., Кобиляцька С.С. ПРОБЛЕМИ ІНДУСТРІЇ ГОСТИННОСТІ В УМОВАХ ВОЄННОГО СТАНУ ТА НАРЯМИ ПІСЛЯВОЄННОГО ВІДНОВЛЕННЯ.....	130
Поротікова В.О., Запаренко Г.В. ОНОВЛЕННЯ СИСТЕМИ ОРГАНІЗАЦІЇ ХАРЧУВАННЯ В ДИТЯЧИХ ЗАКЛАДАХ ОЗДОРОВЛЕННЯ ТА ВІДПОЧИНКУ.....	133
Ратушна А.В., Прилуцький А.М. ГАСТРОНОМІЧНИЙ ТУРИЗМ ЯК СКЛАДОВА МАРКЕТИНГОВОЇ СТРАТЕГІЇ РЕСТОРАНУ.....	135
Чуєва І.О. ЯКІСТЬ МЕНЕДЖМЕНТУ СФЕРИ ГОСТИННОСТІ.....	138
Марущак В.О., Прилуцький А.М. СУЧАСНІ БІЗНЕС-МОДЕЛІ КЕЙТЕРИНГОВИХ ПОСЛУГ: ТРЕНДИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ.....	140
Krasnokutska Iu., Ushakov M. IMPLEMENTATION OF SUSTAINABLE DEVELOPMENT PRACTICES AS COMPONENTS OF A HOTEL IMAGE..	142
Александрова С.А., Светлічна В.Ю. ТРАНСФОРМАЦІЯ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ ВІТЧИЗНЯНОГО ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ В УМОВАХ ВІЙНИ.....	144

Андренко І.Б. НОВІ КОНЦЕПЦІЇ ТА ФОРМАТИ ХАРЧУВАННЯ.....	146
Влащенко Н.М., Орлова Д.О. ІМІДЖ ГОТЕЛЮ ЯК ФАКТОР КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ НА РИНКУ ГОСТИННОСТІ.....	152
Влащенко Н.М. САНАТОРНО-КУРОРТНИЙ КОМПЛЕКС: ПРОБЛЕМИ І ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ В УМОВАХ ВІЙНИ.....	154
Соколенко А.С., Гулак Ю.Ю. КОНЦЕПЦІЯ «АНТИСТРЕСОВОГО» ЗАКЛАДУ ЯК ІННОВАЦІЙНИЙ НАПРЯМ ДЛЯ ІНДУСТРІЇ ГОСТИННОСТІ.....	156
Колонтаєвський О.П., Антонєць А.В. ІНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГ ЯК ЕЛЕМЕНТ УПРАВЛІННЯ ГОТЕЛЬНИМ ПІДПРИЄМСТВОМ.....	158
Колонтаєвський О.П., Атращенко А.Т. РЕКЛАМНО-ІНФОРМАЦІЙНА ДІЯЛЬНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВ ГОТЕЛЬНОЇ ГАЛУЗІ.....	164
Колонтаєвський О.П., Бойко К.І. ЕФЕКТИВНІСТЬ РЕКЛАМНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА ПІДПРИЄМСТВ ГОТЕЛЬНОЇ ГАЛУЗІ..	167
Колонтаєвський О.П., Ганшина К.В. СТРАТЕГІЧНЕ ПЛАНУВАННЯ РОЗВИТКУ ГОТЕЛЬНОГО ПІДПРИЄМСТВА.....	169
Колонтаєвський О.П., Кравченко В.І. ПЛАНУВАННЯ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОЇ ГАЛУЗІ.....	171
Колонтаєвський О.П., Федоров В.Д. ФОРМУВАННЯ КОНЦЕПТУ БАРУ В М. ХАРКІВ.....	175
Радіонова О.М., Пилипенко Д.О., КОРПОРАТИВНА СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ У ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОМУ БІЗНЕСІ: РОЛЬ СОЦІАЛЬНИХ ТЕХНОЛОГІЙ.....	177
Світлична В.Ю., Александрова С.А. МАНІПУЛЯЦІЇ В ПРОЦЕСІ ДІЛОВИХ КОМУНІКАЦІЙ ПІДПРИЄМСТВ СФЕРИ ГОСТИННОСТІ: ПРИЧИНИ, ШЛЯХИ ПОДОЛАННЯ.....	180
Світлична В.Ю., Кожедуб Д.С. ОРГАНІЗАЦІЙНІ КРОКИ РОЗРОБКИ МАРКЕТИНГОВОЇ СТРАТЕГІЇ ПІДПРИЄМСТВА ГАСТРОНОМІЧНОЇ СФЕРИ.....	182
Світлична В.Ю., Ломака С.О. ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ РЕСТОРАННОЇ СФЕРИ В УМОВАХ НЕСТАБІЛЬНОГО СЕРЕДОВИЩА.....	184
Світлична В.Ю., Юрченко Н.В. ОРГАНІЗАЦІЙНІ АСПЕКТИ ЗАПРОВАДЖЕННЯ ТАЙМ-МЕНЕДЖМЕНТУ ПІДПРИЄМСТВАМИ ГАСТРОНОМІЧНОЇ СФЕРИ.....	186
Світлична В.Ю. АКТУАЛЬНІ ПИТАННЯ ФОРМУВАННЯ ТА РЕАЛІЗАЦІЇ ПРИНЦИПІВ БЕЗКОНФЛІКТНОЇ КОМУНІКАЦІЇ В ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ ІНДУСТРІЇ ГОСТИННОСТІ.....	188
Соколенко А.С. РЕПУТАЦІЙНИЙ МЕНЕДЖМЕНТ У ГОТЕЛЬНО- РЕСТОРАННОМУ БІЗНЕСІ.....	190
Соколенко А.С. УПРАВЛІННЯ ЕМОЦІЯМИ ТА ВРАЖЕННЯМИ КЛІЄНТІВ У ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОМУ БІЗНЕСІ: СТРАТЕГІЧНИЙ ПІДХІД.....	193
Соколенко А.С. НЕЙРОМАРКЕТИНГ ЯК СУЧАСНИЙ ІНСТРУМЕНТ МАРКЕТИНГОВИХ ДОСЛІДЖЕНЬ В РЕСТОРАННОМУ ГОСПОДАРСТВІ	194

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..	203
Сегеда І.В. ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ ГОТЕЛЬНОЇ ІНДУСТРІЇ УКРАЇНИ В СУЧАСНИХ УМОВАХ.....	206
Філіппова О.Ю., Маслов О.О. РОЗВИТОК ЕКО-ГОСТИННОСТІ ТА ЗЕЛЕНИХ ГОТЕЛІВ: СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ.....	209
Філіппова О.Ю., Маційовський А.А., Чудновська О.В. АНАЛІЗ ЕФЕКТИВНОСТІ НОВИХ ФОРМАТІВ РЕСТОРАННИХ КОНЦЕПЦІЙ: ВІД ФУД-КОРТІВ ДО РЕСТОРАНІВ З ВІДКРИТИМИ КУХНЯМИ.....	211
Філіппова О.Ю., Таран А.О. РОЗВИТОК ГАСТРОНОМІЧНОГО ТУРИЗМУ ТА ЙОГО ВПЛИВ НА ГОТЕЛЬНИЙ БІЗНЕС.....	213
Філіппова О.Ю., Фадєєва В.О., Верема С.В., ОСОБЛИВОСТІ ТА ВИКЛИКИ КЕЙТЕРИНГУ НА МАСОВИХ ЗАХОДАХ.....	215
Філіппова О.Ю., Цівко А.О., Фоменко А.О. СУЧАСНІ СТРАТЕГІЇ ЦІНОУТВОРЕННЯ У ГОТЕЛЬНОМУ БІЗНЕСІ.....	218
Філіппова О.Ю., Чудновська О.В. РОЛЬ РЕСТОРАННОЇ КУХНІ В СТВОРЕННІ УНІКАЛЬНОГО БРЕНДУ ГОТЕЛЮ.....	220
Слінкіна С.Д. РОЛЬ ДИВЕРСИФІКАЦІЇ У ПІДВИЩЕННІ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА.....	223

СЕКЦІЯ 2

ТУРИЗМ І РЕКРЕАЦІЯ

Матвійчук Л.Ю., Панасюк А.В., Жадько О.А. СТРАТЕГІЧНІ ВЕКТОРИ РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНИХ ДЕСТИНАЦІЙ УКРАЇНИ В УМОВАХ ЄВРОІНТЕГРАЦІЇ.....	227
Безуглий В.В., Роскладка Н.О. АНАЛІТИКА BIG DATA ЯК ІНСТРУМЕНТ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ МАЛИХ ТУРИСТИЧНИХ ПІДПРИЄМСТВ.....	230
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.....	233
Казаков В.Л. ЗМІСТ ПОНЯТТЯ ТУРИСТИЧНИЙ ФЕСТИВАЛЬ ТА ТЕХНОЛОГІЯ ЙОГО ОРГАНІЗАЦІЇ.....	235
Tsviliy Sergiy IMPLEMENTATION OF DIGITAL TECHNOLOGIES IN THE TOURISM INDUSTRY ENVIRONMENT.....	240
Бондаренко Л.А., Зикова А.А. ІНСТРУМЕНТАРІЙ МОДЕРНІЗАЦІЇ ТУРИСТИЧНО-РЕКРЕАЦІЙНОЇ СФЕРИ: ВІД ЦИФРОВІЗАЦІЇ ДО СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ.....	243

Оболенцева Л.В. ОСОБЛИВОСТІ ВІТЧИЗНЯНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ ПЕРСОНАЛУ В УМОВАХ ВІЙНИ.....	245
Оболенцева Л.В. РЕГІОНАЛЬНИЙ МАРКЕТИНГ ТА ЙОГО РОЛЬ У РОЗВИТКУ ІНДУСТРІЇ ТУРИЗМУ.....	248
Оболенцева Л.В., Власова А.В. ОСОБЛИВОСТІ ПРОСУВАННЯ БРЕНДУ ТУРИСТИЧНИХ ПІДПРИЄМСТВ У СУЧАСНИХ УМОВАХ....	251
Bezsmertniuk T. P. SPECIFIC FEATURES OF URBAN TOURISM DEVELOPMENT.....	254
Бондаренко Л.А., Кіяхова О.А. РИЗИКИ ТУРИСТИЧНОГО БІЗНЕСУ В УМОВАХ КРИЗ: ТИПОЛОГІЯ, ОЦІНКА, РЕАГУВАННЯ.....	257
Бондаренко Л.А., Зикова А.А. ІНСТРУМЕНТАРІЙ МОДЕРНІЗАЦІЇ ТУРИСТИЧНО-РЕКРЕАЦІЙНОЇ СФЕРИ: ВІД ЦИФРОВІЗАЦІЇ ДО СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ.....	259
Богдан Н.М., Осовець О.Е. ФОРМУВАННЯ ОРГАНІЗАЦІЙНО-ЕКОНОМІЧНОГО МЕХАНІЗМУ ПІСЛЯКРИЗОВОГО ВІДНОВЛЕННЯ РЕГІОНАЛЬНОЇ ЕКОНОМІКИ (НА ПРИКЛАДІ ТУРИСТИЧНОГО СЕКТОРУ).....	261
Богдан Н.М., Ясинська А.О. ІНТЕГРАЦІЯ ШТУЧНОГО ІНТЕЛЕКТУ: ІННОВАЦІЙНІ РІШЕННЯ ТА ПЕРСПЕКТИВИ ЗАСТОСУВАННЯ В ТУРИСТИЧНІЙ ІНДУСТРІЇ.....	264
Богдан Н.М., Власова А.В. ОСНОВНІ НЕГАТИВНІ ФАКТОРИ, ЩО ВПЛИВАЮТЬ НА ТУРИСТИЧНУ ІНДУСТРІЮ УКРАЇНИ В УМОВАХ ВІЙНИ.....	266
Богдан Н.М., Шпитальна О.О. ЦИФРОВІЗАЦІЯ ТУРИСТИЧНОЇ ІНФРАСТРУКТУРИ: ВПРОВАДЖЕННЯ SMART-ТЕХНОЛОГІЙ.....	269
Александрова С.А., Світлична В.Ю. СТРАТЕГІЧНЕ УПРАВЛІННЯ РОЗВИТКОМ ПЕРСОНАЛУ ПІДПРИЄМСТВ ТУРИСТСЬКОЇ ІНДУСТРІЇ В УМОВАХ ВІЙНИ.....	271
Александрова С.А. ДОСВІД ПІСЛЯВОЄННОГО ВІДНОВЛЕННЯ ТУРИЗМУ В ДЕЯКИХ КРАЇНАХ СВІТУ ТА ПЕРСПЕКТИВИ ЙОГО РОЗВИТКУ В УКРАЇНІ.....	273
Адренко І.Б., Поколотний В.В., Іващенко С.Я. DARK ТУРИЗМ ЯК ГЛОБАЛЬНИЙ ФЕНОМЕН: МОТИВАЦІЙНІ ЧИННИКИ, ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ.....	275
Андренко І.Б., Лук'янчук А.В. ДОСВІД ФУНКЦІОНУВАННЯ ІНФРАСТРУКТУРИ РОЗВАГ: ПРОБЛЕМИ ЕКСПЛУАТАЦІЇ ТВАРИН..	280
Влащенко Н.М., Борщов П.В. МАРКЕТИНГОВІ ТЕХНОЛОГІЇ В ДІЯЛЬНОСТІ ТУРИСТСЬКОГО ПІДПРИЄМСТВА.....	285
Зеленська О.О., Руснак Д.І., ІННОВАЦІЙНА СКЛАДОВА РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНОЇ ІНДУСТРІЇ ЗА СУЧАСНИХ РЕАЛІЙ.....	287
Krasnokutska Iu., Blazhko M. STRATEGIES FOR ENHANCING THE PERFORMANCE OF TOURISM BUSINESSES.....	290
Krasnokutska Iu., Prydvorov M. HUMAN RESOURCE MANAGEMENT IN TOURISM ENTERPRISES CONSIDERING THE CONCEPT OF SUSTAINABLE DEVELOPMENT.....	292

Krasnokutska Iu., Shelestova Y. MANAGING ORGANIZATIONAL CULTURE OF TOURISM ENTERPRISES.....	294
Лисюк Тетяна Василівна ЦИФРОВІ ТЕХНОЛОГІЇ У СФЕРІ ТУРИЗМУ: СУЧАСНІ РІШЕННЯ ТА МАЙБУТНІ ТРЕНДИ.....	296
Люта Д.А., Сидорук А.В. АНАЛІЗ ГОЛОВНИХ ЧИННИКІВ, ЯКІ ВПЛИВАЮТЬ НА ДІЯЛЬНІСТЬ ТУРИСТИЧНОГО РИНКУ.....	299
Пілецький Р. Т., Чорна Л.В. РОЗВИТОК ТУРИЗМУ ТА РЕКРЕАЦІЇ В НАЦІОНАЛЬНИХ ПРИРОДНИХ ПАРКАХ ЗАКАРПАТСЬКОЇ ОБЛАСТІ.....	302
Погасій С.О., Колонтаєвський М.О. ШТУЧНИЙ ІНТЕЛЕКТ І ПЕРСОНАЛІЗАЦІЯ ПОСЛУГ В ТУРИЗМІ.....	305
Погасій С.О., Курашова А.О. ЕКСКУРСІЙНА ДІЯЛЬНІСТЬ ЯК ЕФЕКТИВНИЙ ІНСТРУМЕНТ ПОПУЛЯРИЗАЦІЇ ТА ВІДНОВЛЕННЯ ПРИВАБЛИВОСТІ ТЕРИТОРІАЛЬНИХ ГРОМАД У ПОВОЄННИЙ ПЕРІОД.....	307
Погасій С.О. РОБОТИЗАЦІЯ В ТУРИЗМІ. СТАН, ПРОБЛЕМИ, ПЕРСПЕКТИВИ.....	311
Прилуцький А.М. ВНУТРІШНІЙ ТУРИЗМ ЯК ДРАЙВЕР РЕПУТАЦІЇ ТА РОЗВИТКУ БРЕНДУ УКРАЇНИ.....	314
Радіонова О.М., Саргсян Л.В. ВЗАЄМОЗВ'ЯЗОК СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ ТА ЕФЕКТИВНОСТІ ТУРИСТИЧНИХ ПІДПРИЄМСТВ.....	317
Радіонова О.М. РОЛЬ ТЕОРІЇ ПОКОЛІНЬ У СТРАТЕГІЧНОМУ РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ.....	320
Середюк К.В., Геля О.О. МІЖНАРОДНІ СТАНДАРТИ МЕНЕДЖМЕНТУ В ТРАНСНАЦІОНАЛЬНИХ КОРПОРАЦІЯХ ТУРИСТИЧНОЇ СФЕРИ.....	323
Лебединська К.В., Титова Д.В., Поколодна М.М. ДОСЛІДЖЕННЯ РИНКУ ЕКСКУРСІЙНИХ ПОСЛУГ ОДЕСЬКОГО РЕГІОНУ.....	326
Морозова Я.В., Поколодна М.М. ПОТЕНЦІАЛ РОЗВИТКУ ЗІРКОВОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ.....	330
Тищук І. В., Протолюк М.С. СІЛЬСЬКИЙ ЗЕЛЕНИЙ ТУРИЗМ В УКРАЇНІ: ВИКЛИКИ, ТРАНСФОРМАЦІЇ ТА ПЕРСПЕКТИВИ.....	333
Репнікова П.Є., Поколодна М.М. ПРОБЛЕМИ І ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ ТА РЕКРЕАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В ОБ'ЄДНАНИХ ТЕРИТОРІАЛЬНИХ ГРОМАДАХ.....	337
Середюк К.В., Чуприна М.В. BIG DATA, ШТУЧНИЙ ІНТЕЛЕКТ І АВТОМАТИЗАЦІЯ В ТУРИСТИЧНИХ ТРАНСНАЦІОНАЛЬНИХ КОРПОРАЦІЯХ.....	340
Тищук І. В., Фастенков А.В. ЕКСКУРСІЙНА ДІЯЛЬНІСТЬ В УКРАЇНІ: ПОНЯТТЯ ТА ВИЗНАЧЕННЯ.....	343
Чайка Т.Ю. ВІРТУАЛЬНА ТА ДОПОВНЕНА РЕАЛЬНІСТЬ В ЕКСКУРСІЙНОМУ ОБСЛУГОВУВАННІ.....	346
Кравцова С.В. МЕМОРІАЛЬНИЙ ТУРИЗМ ЯК ПЕРСПЕКТИВНИЙ НАПРЯМ ПІСЛЯВОЄННОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ.....	355

Кравцова С.В. ТУРИЗМ ЯК СПОСІБ ПСИХОЛОГІЧНОЇ РЕАБІЛІТАЦІЇ ПІД ЧАС ВІЙСЬКОВОГО СТАНУ.....	357
Кубецька О.М., Чиніна А. СУТНІСТЬ, ХАРАКТЕРИСТИКА ТА КЛАСИФІКАЦІЯ АКТИВНОГО ТУРИЗМУ.....	359
Цвілій С.М. ТРАНСФОРМАЦІЯ ІНДУСТРІЇ ТУРИЗМУ В РЕЗУЛЬТАТІ ЦИФРОВІЗАЦІЇ ЇЇ КЛЮЧОВИХ ОБЛАСТЕЙ.....	363
Чуйко Д.О., Рарог П.В., Покоłodна М.М. ІНФОРМАЦІЙНІ РЕСУРСИ ЕКСКУРСІЙНІХ ПІДПРИЄМСТВ: ОЦІНКА СПОЖИВЧИХ ВЛАСТИВОСТЕЙ ТА РОЗРОБКА РЕКОМЕНДАЦІЙ (НА ПРИКЛАДІ ПІДПРИЄМСТВ ОДЕСЬКОГО РЕГІОНУ).....	367
Цокур К.В., Герасименко Т.В. РОЗВИТОК АКТИВНОГО ТУРИЗМУ В САМАРІВСЬКОМУ РАЙОНІ.....	370
Швець Д.Г., Прилуцький А.М. ЦИФРОВИЙ МАРКЕТИНГ У ТУРИЗМІ: СУЧАСНІ ІНСТРУМЕНТИ ТА ЕФЕКТИВНІСТЬ ЇХ ЗАСТОСУВАННЯ.....	374
Шиманський В.В., Прилуцький А.М. РОЛЬ ЦИФРОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ У ВДОСКОНАЛЕННІ КОМУНІКАЦІЙНИХ ПРОЦЕСІВ ТУРИСТИЧНОГО ПІДПРИЄМСТВА.....	376
Крамаренко Д.П., Шкребець М.Є. АГРОТУРИЗМ ЯК ФАКТОР РОЗВИТКУ СІЛЬСЬКИХ ТЕРИТОРІЙ.....	378
Пілецький Р.Т., Чорна Л.В. РОЗВИТОК ТУРИЗМУ ТА РЕКРЕАЦІЇ В НАЦІОНАЛЬНИХ ПРИРОДНИХ ПАРКАХ ЗАКАРПАТСЬКОЇ ОБЛАСТІ.....	380
Орловська А.В., Герасименко Т.В. РОЗВИТОК БЕЗБАР'ЄРНОГО ТУРИЗМУ У МІСТІ САМАР.....	383
Горшкова Л.О., Скоробагата Т.Л. РОЗВИТОК ЕКСТРЕМАЛЬНОГО ТУРИЗМУ ЯК СЕКТОРУ ТУРИСТИЧНОГО РИНКУ.....	387
Герасимук А.Н. ТЕХНІЧНІ АСПЕКТИ СПОРТИВНОГО ОРІЄНТУВАННЯ: РОЛЬ СУЧАСНИХ ТЕХНОЛОГІЙ У ТРЕНУВАННЯХ.....	390
Горшкова Л.О., Тарнавська Ю.Р. МІСЦЕ РЕЛІГІЙНОГО ТУРИЗМУ У ТУРИСТИЧНІЙ ІНДУСТРІЇ.....	392
Спіцина Н.В., Кравцова С.В. ОСОБЛИВОСТІ ОБЛІКУ НА ПІДПРИЄМСТВАХ ТУРИСТИЧНОЇ ГАЛУЗІ.....	395
Пошук В.А. РОЛЬ СПОРТИВНОГО ОРІЄНТУВАННЯ У РОЗВИТКУ ФІЗИЧНИХ І КОГНІТИВНИХ НАВИЧОК У ШКОЛЯРІВ.....	399
Снігур К.В. ПЕРСПЕКТИВИ ВИКОРИСТАННЯ СИСТЕМ ІІІ В ІНДУСТРІЇ ТУРИЗМУ ТА ГОСТИННОСТІ УКРАЇНИ.....	402
Марченко В.В. АНАЛІТИКО-КОНТРОЛІНГОВЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ПІДПРИЄМСТВ: ІМПЕРАТИВИ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСТІЙКОСТІ ТА РЕЗИЛЬЄНТНОСТІ.....	404
Бардус В.О. ТУРИСТИЧНА ДІЯЛЬНІСТЬ В УКРАЇНІ В УМОВАХ ВОЄННОГО СТАНУ.....	408
Добрюшин А.О. МАРКЕТИНГОВІ ІНСТРУМЕНТИ ПІДСИЛЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА НА РИНКУ.....	411
Добрюшин А.О. ОСНОВНІ МЕТОДИЧНІ ПІДХОДИ ЩОДО ОЦІНЮВАННЯ КОНКУРЕНТНИХ ПОЗИЦІЙ.....	414