

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ БІОРЕСУРСІВ І
ПРИРОДОКОРИСТУВАННЯ УКРАЇНИ
ЗАХІДНОЧЕШСЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ, ЧЕХІЯ
ВИЩА ШКОЛА БАНКІВСЬКОЇ СПРАВИ В М. ПОЗНАНЬ, ПОЛЬЩА
ДЕРЖАВНЕ АГЕНТСТВО РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ УКРАЇНИ
КИЇВСЬКА ОБЛАСНА ДЕРЖАВНА АДМІНІСТРАЦІЯ
КИЇВСЬКА МІСЬКА ДЕРЖАВНА АДМІНІСТРАЦІЯ
АСОЦІАЦІЯ ІНДУСТРІЇ ГОСТИННОСТІ УКРАЇНИ
СПІЛКА СПРИЯННЯ РОЗВИТКУ СІЛЬСЬКОГО ЗЕЛЕНОГО
ТУРИЗМУ УКРАЇНИ**



**ТЕЗИ ДОПОВІДЕЙ
I-ОЇ МІЖНАРОДНОЇ НАУКОВО-ПРАКТИЧНОЇ КОНФЕРЕНЦІЇ
«ГОСТИННІСТЬ І ТУРИЗМ МАЙБУТНЬОГО: НАУКОВІ ТА
ПРАКТИЧНІ ГОРИЗОНТИ»**

**ABSTRACTS OF REPORTS
I INTERNATIONAL SCIENTIFIC-PRACTICAL CONFERENCE
"HOSPITALITY AND TOURISM OF THE FUTURE: SCIENTIFIC AND
PRACTICAL HORIZONS"**

17– 18 травня 2022р.

Київ - 2022

Гостинність і туризм майбутнього: наукові та практичні горизонти: збірник тез доповідей I-ої міжнародної науково-практичної конференції (17-18 травня 2022 р.). Київ: НУБіП України. 2022. 295 с.

Редакційна колегія:

Левицька І.В. – в.о. завідувача кафедри готельно-ресторанної справи та туризму, НУБіП України, доктор економічних наук, професор (відповідальний редактор);

Бандура В.М. – професор кафедри готельно-ресторанної справи та туризму, НУБіП України, доктор технічних наук, професор (заступник відповідального редактора);

Мосіюк С.І. – доцент кафедри готельно-ресторанної справи та туризму, НУБіП України, кандидат економічних наук, доцент.

У збірнику тез доповідей висвітлюються результати наукових досліджень з питань туризму, економіки, фінансів, безпеки і страхування, обліку та оподаткування, логістики, маркетингу, менеджменту, готельно-ресторанного бізнесу, інформаційно-консультаційної діяльності, енергоефективності тощо.

Видання розраховане для студентів бакалаврату та магістратури, аспірантів, докторантів, дослідників, викладачів, суб'єктів підприємницької діяльності.

Матеріали друкуються в авторській редакції. Відповідальність за зміст і достовірність тез доповідей несуть автори. Точки зору авторів публікацій можуть не співпадати з точкою зору редколегії збірника.

ЗМІСТ

СЕКЦІЯ 1. ТРЕНДИ ГЛОБАЛЬНОГО, НАЦІОНАЛЬНОГО ТА РЕГІОНАЛЬНОГО РОЗВИТКУ СФЕРИ ГОСТИННОСТІ: ЕКОНОМІКА, ФІНАНСИ, БЕЗПЕКА І СТРАХУВАННЯ, ЛОГІСТИКА

1. *Антоненко І.Я., Мельник І.Л., Примак Т.Ю.* ФАКТОРИ ВПЛИВУ ВІЙНИ В УКРАЇНІ НА ВІДНОВЛЕННЯ СВІТОВОГО ТУРИЗМУ 9
2. *Бардаш С.В.* НЕДОЛІКИ ТЕОРІЇ ТУРИСТИЧНОЇ РЕНТИ ТА НАПРЯМКИ ЇХ УСУНЕННЯ 11
3. *Левицька І.В., Бордюжан Т.Ю.* ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ НАУКОВОГО ТУРИЗМУ 13
4. *Бриль Р. А.* ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ АСПЕКТИ МЕГА-ІВЕНТІВ 17
5. *Верета Є. В.* СЕРВІСНЕ УПРАВЛІННЯ МІЖНАРОДНОГО ТУРИСТИЧНОГО ОПЕРАТОРА ANEX TOUR 18
6. *Годованюк А.В., Гончарук К.В.* МОДИФІКАЦІЯ ІНДУСТРІЇ ГОСТИННОСТІ 20
7. *Гопкало Л.М., Бовши Л.А.* ВОЛОНТЕРСЬКИЙ ТУРИЗМ – БІЗНЕС НАПРЯМ СЬОГОДЕННЯ 22
8. *Григорович В.С.* АНАЛІЗ ТУРИСТИЧНОГО ПОТЕНЦІАЛУ КИЇВСЬКОЇ ОБЛАСТІ 23
9. *Доценко К.В.* ДОСЛІДЖЕННЯ АНІМАЦІЙНИХ ПОСЛУГ У ГОТЕЛЯХ ОДЕСЬКОЇ ОБЛАСТІ ЗА КАТЕГОРІЯМИ 26
10. *Дубінська Г.О.* СУЧАСНІ ВИМОГИ ДО ІНЖИНІРИНГУ МЕНЮ: ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ 29
11. *Євченко Т.І.* ХАРАКТЕРИСТИКА МОДЕЛЕЙ ФІНАНСОВОГО РИНКУ 32
12. *Жук К.Ю.* МІЖНАРОДНИЙ ФІНАНСОВИЙ МЕНЕДЖМЕНТ ЗА УМОВ ПАНДЕМІЧНОЇ КРИЗИ ТУРИСТИЧНОГО РИНКУ 35
13. *Коротасва Я.К.* СТРАТЕГІЧНІ НАПРЯМИ СТАЛОГО РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ У КИЇВСЬКІЙ ОБЛАСТІ 37
14. *Кудінова І.П.* ВІЙСЬКОВИЙ ТУРИЗМ В УКРАЇНІ ЯК ІННОВАЦІЙНИЙ НАПРЯМОК РОЗВИТКУ 40
15. *Левицька І.В.* ФОРМУВАННЯ КОРПОРАТИВНОЇ КУЛЬТУРИ В РЕСТОРАННОМУ БІЗНЕСІ 41
16. *Літвінов В.І., Луговий Б.В.* ФОРМУВАННЯ ДОХОДІВ ТУРИСТИЧНИХ ПІДПРИЄМСТВ 45
17. *Локутова О.А., Яковенко В.Г.* АГРОТУРИСТИЧНІ КЛАСТЕРИ ЯК СКЛАДОВА НАЦІОНАЛЬНОГО РОЗВИТКУ СФЕРИ ГОСТИННОСТІ 46
18. *Майданюк О.В.* ЗНАЧЕННЯ МІСЦЕВИХ БЮДЖЕТІВ У ЗАБЕЗПЕЧЕННІ РОЗВИТКУ РЕГІОНІВ 49
19. *Маковська Т.П.* РОЗВИТОК ВНУТРІШНЬОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ 55
20. *Малюга Л.М.* КОНКУРЕНТНА СПРОМОЖНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВ ГОТЕЛЬНОГО ГОСПОДАРСТВА 57
21. *Марченко Ю.Г.* ЕФЕКТИВНА ПОЛІТИКА РЕСУРСОЗБЕРЕЖЕННЯ ТУРИСТИЧНОГО ПІДПРИЄМСТВА 59
22. *Матковський Б.Р.* ІМІДЖ ТУРИСТИЧНОГО ПІДПРИЄМСТВА: ОСНОВНІ АСПЕКТИ 61
23. *Мельник А.В.* ЛОГІСТИКА В ТУРИСТИЧНІЙ ДІЯЛЬНОСТІ 63
24. *Левицька І.В., Нечипоренко А.О.* ФОРМУВАННЯ ТА РОЗВИТОК ПОДІЄВОГО ТУРИЗМУ 64
25. *Постова В.В.* ВИКОРИСТАННЯ КРЕАТИВНИХ ТЕХНОЛОГІЙ В РЕСТОРАННОМУ БІЗНЕСІ В ПЕРІОД НЕВИЗНАЧЕНОСТІ БІЗНЕС- 67

СЕРЕДОВИЩА

26. *Рибалка Д.С.* ОСОБЛИВОСТІ ОРГАНІЗАЦІЇ ОБСЛУГОВУВАННЯ У ГОТЕЛЯХ МІЖНАРОДНОЇ МЕРЕЖІ MARRIOTT INTERNATIONAL 69
27. *Руденко В.В.* ІНВЕСТИЦІЙНИЙ РОЗВИТОК ТУРИЗМУ НА ЗАСАДАХ ДЕРЖАВНО-ПРИВАТНОГО ПАРТНЕРСТВА 70
28. *Самсонова В.В., Шевченко Н.Ю.* АНАЛІЗ РЕКРЕАЦІЙНО-ТУРИСТИЧНОГО ПОТЕНЦІАЛУ СІЛЬСЬКОГО ЗЕЛЕНОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ 73
29. *Selyukh A.* CURRENT TRENDS IN THE DEVELOPMENT OF THE HOSPITALITY DUSTRY IN THE HOTEL AND RESTAURANT BUSINESS 75
30. *Сус Д.П.* ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ОБ'ЄКТІВ ІНДУСТРІЇ РОЗВАГ У ТУРИЗМІ 77
31. *Топольська О.С.* РОЗВИТОК ІНКЛЮЗИВНОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ 78
32. *Транченко Л.В.* АНАЛІЗ ДИНАМІКИ Й ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ ІНДУСТРІЇ ТУРИЗМУ НА МІЖНАРОДНОМУ РИНКУ 80
33. *Хрещенко О.В.* ІНФОРМАЦІЯ ЯК ОСНОВНИЙ КРИТЕРІЙ ТУРИСТИЧНОГО ІМІДЖУ УКРАЇНИ. 82
34. *Шастун М.В.* РОЗВИТОК АНІМАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В ГОТЕЛЬНОМУ ГОСПОДАРСТВІ НА УКРАЇНСЬКОМУ І СВІТОВОМУ РИНКАХ 83
35. *Шикіна О.В.* АНАЛІЗ СТРАТЕГІЇ НАДАННЯ АНІМАЦІЙНИХ ПОСЛУГ У ОДЕСЬКОЇ ОБЛАСТІ 85
36. *Шкварун Л.І.* ОСОБЛИВОСТІ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ EVENT-ІНДУСТРІЇ У ТУРИСТИЧНІЙ ГАЛУЗІ 88
37. *Шкварун Л.І., Українець І.П.* РОЛЬ АРТ – КУРОРТІВ В ОРГАНІЗАЦІЇ ДОЗВІЛЛЄВИХ ЗАХОДІВ В ГОТЕЛЬНОЇ ІНДУСТРІЇ РОЗВАГ 90
38. *Шута О.В.* КОРПОРАТИВНА СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ ТУРИСТИЧНОГО ПІДПРИЄМСТВА 91

СЕКЦІЯ 2. РЕСТОРАННІ ТЕХНОЛОГІЇ ТА БЕЗПЕКА ХАРЧОВИХ ПРОДУКТІВ

1. *Благополучна А.Г., Ляховська Н.О.* АНТИМІКРОБНЕ ПОКРИТТЯ НА ОСНОВІ ХІТОЗАНУ В ЯКОСТІ БЕЗПЕЧНОГО ЗБЕРІГАННЯ ШВИДКОПСУВНОЇ ЯГІДНОЇ СИРОВИНИ 93
2. *Боднарук О. А., Мороз В.О.* ПЕРСПЕКТИВА ВИКОРИСТАННЯ КІСТОЧКОВИХ ПЛОДІВ ДЛЯ РОЗРОБКИ ФУНКЦІОНАЛЬНИХ ПРОДУКТІВ 96
3. *Боднарук О.А., Василевська А.О.* ВИКОРИСТАННЯ ВИНОГРАДНОГО СОКУ У ФУНКЦІОНАЛЬНИХ ПРОДУКТАХ ХАРЧУВАННЯ 97
4. *Боднарук О.А., Євсюкова Д.М.* ОТРИМАННЯ І ЗАСТОСУВАННЯ АМІЛОЛІТИЧНИХ ФЕРМЕНТІВ 99
5. *Боднарук О.А., Мороз В.О.* АКТУАЛЬНІСТЬ РОЗРОБКИ НОВИХ ВИДІВ СОЄВИХ СОУСІВ ЯК ПРОДУКТІВ ФУНКЦІОНАЛЬНОГО ПРИЗНАЧЕННЯ 100
6. *Боднарук О.А., Орел А.С.* БІОКОНСЕРВАНТИ НА ОСНОВІ КИСЛОМОЛОЧНИХ БАКТЕРІЙ 101
7. *Vitiev I.V.* СУЧАСНІ НАПРЯМКИ РОЗРОБКИ БОРОШНЯНИХ КУЛІНАРНИХ ВИРОБІВ 103
8. *Герасімов Є.Ю.* ТЕХНОЛОГІЯ ОДЕРЖАННЯ ФУНКЦІОНАЛЬНИХ ХЛІББУЛОЧНИХ ТА МАКАРОННИХ ВИРОБІВ 103
9. *Жакун Л.П.* ОСОБЛИВОСТІ ГАСТРОНОМІЧНОГО ТУРИЗМУ ОДЕСЬКОЇ ОБЛАСТІ 106
10. *Клименко Ю.Ю.* ІННОВАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ ВИРОБНИЦТВА 108

	КИСЛОМОЛОЧНОГО ПРОДУКТУ	
11.	<i>Ковальова А.Р.</i> СУЧАСНІ ДІЄТИЧНІ ДОБАВКИ	110
12.	<i>Korchagina Yu., Porova S.</i> THE RELEVANCE OF THE QUALITY OF HOTEL AND RESTAURANT SERVICES	112
13.	<i>Ланська В.Д.</i> ПЕРСПЕКТИВИ ВИКОРИСТАННЯ КАРТОПЛЯНОЇ КЛІТКОВИНИ У ТЕХНОЛОГІЯХ БОРОШНЯНИХ БЕЗГЛЮТЕНОВИХ ВИРОБІВ	113
14.	<i>Михалевич А.П., Поліщук Г.Є., Сапіга В.Я., Осьмак Т. Г.</i> ВПРОВАДЖЕННЯ ОСНОВ СИСТЕМИ VASSP У МОЛОКОПЕРЕРОБНИХ ЦЕХАХ РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА	114
15.	<i>Попова С.Ю., Швень А.В.</i> ПЕРСПЕКТИВИ ВИКОРИСТАННЯ КРОХМАЛЕВМІСНОЇ СИРОВИНИ У ТЕХНОЛОГІЯХ ВИРОБНИЦТВА ДРІЖДЖОВИХ ВИРОБІВ	116
16.	<i>Пусікова О. А., Мороз В.О.</i> ІНФОРМАЦІЙНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ДОСЛІДЖЕНЬ З РОЗРОБКИ МОЛОЧНОГО НАПІВФАБРИКАТУ	117
17.	<i>Пусікова О.А., Мороз В. О.</i> ВПЛИВ ЦУКРОЗАМІННИКА – СОРБІТ НА ОРГАНІЗМ ЛЮДИНИ	118
18.	<i>Пусікова О.А., Мороз В.О.</i> УДОСКОНАЛЕННЯ ЯКОСТІ КОНДИТЕРСЬКИХ ВИРОБІВ	119
19.	<i>Терещук Н.В.</i> ХАРАКТЕРИСТИКА ОБЛАДНАННЯ ТА МЕБЛІВ ДЛЯ ТОРГОВИХ ПРИМІЩЕНЬ	121
20.	<i>Фіалковська Л.В.</i> РОЗРОБКА НАПОЇВ З МОЛОЧНОЇ СИРОВАТКИ	123

СЕКЦІЯ 3. СОЦІОКУЛЬТУРНИЙ ВИМІР ТУРИЗМУ ТА РЕАЛІЗАЦІЯ КОНЦЕПЦІЇ СТАЛОГО РОЗВИТКУ

1.	<i>Безрутченко М.А.</i> ХАРАКТЕРИСТИКА ПРИРОДНИХ ЧИННИКІВ РОЗВИТКУ ЕКОЛОГІЧНОГО ТУРИЗМУ В ЗАКАРПАТТІ	125
2.	<i>Gabryjonec Piotr</i> CULTURAL TOURISM IN CREATING THE IMAGE OF A REGION ON SELECTED EXAMPLES	128
3.	<i>Герасимів З.М.</i> ЗАВДАННЯ ТА ПРИНЦИПИ СТАЛОГО РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ	136
4.	<i>Гонтарюк Т.А.</i> РОЗВИТОК ЛІКУВАЛЬНО - ОЗДОРОВЧОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ	137
5.	<i>Городна А.С.</i> КУЛЬТУРНО - ПІЗНАВАЛЬНИЙ ТУРИЗМ В УКРАЇНІ	139
6.	<i>Гурська І.С.</i> РОЗВИТОК ТУРИСТИЧНО-РЕКРЕАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В УКРАЇНІ	140
7.	<i>Демко В.</i> ІННОВАЦІЙНЕ МОДЕЛЮВАННЯ РОЗВИТКУ ВНУТРІШНЬОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ	142
8.	<i>Дранко І. С.</i> ЕКОЛОГІЧНИЙ ТУРИЗМ ЯК ПРІОРИТЕТНИЙ НАПРЯМ СТАЛОГО РОЗВИТКУ	146
9.	<i>Замора О.І.</i> ОЦІНКА СТАНУ РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНОЇ ГАЛУЗІ БЕРЕЖАНЩИНИ	149
10.	<i>Кантур М.Ю.</i> СКЛАДОВІ РЕКРЕАЦІЙНО-ТУРИСТИЧНОГО ПОТЕНЦІАЛУ СІЛЬСЬКИХ ТЕРИТОРІЙ	151
11.	<i>Кудінова І. П., Грищенко О.С.</i> ТУРИСТИЧНО-РЕКРЕАЦІЙНИЙ ПОТЕНЦІАЛ ТА ЙОГО СКЛАДОВІ ЕЛЕМЕНТИ	154
12.	<i>Макарченко А. П.</i> РЕСУРСНИЙ ТУРИСТИЧНИЙ ПОТЕНЦІАЛ УКРАЇНИ	156
13.	<i>Мартинова Н.С.</i> РОЗВИТОК МОЛОДІЖНОГО ТУРИЗМУ ЯК СЕГМЕНТУ СОЦІАЛЬНОГО ТУРИЗМУ В РЕГІОНАХ УКРАЇНИ	158
14.	<i>Moskvichova O.</i> THE IMPORTANCE OF ARCHITECTURE FOR THE DEVELOPMENT OF THE HOSPITALITY INDUSTRY IN THE POSTWAR PERIOD (EXAMPLE OF GREECE)	160

15. *Надкреничний І. В.* РЕАБІЛІТАЦІЙНІ МОЖЛИВОСТІ СІЛЬСЬКОГО ТУРИЗМУ ТА АПІТУРИЗМУ 164
16. *Соловей І. С.* АНАЛІЗ РОЗВИТКУ ВІЗНОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ 166
17. *Терзі С.М.* НАПРЯМКИ ПОКРАЩЕННЯ РОЗВИТКУ СІЛЬСЬКОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ 169
18. *Хилюк А.М.* ФОРМУВАННЯ МЕРЕЖІ ТУРИСТИЧНИХ МАРШРУТІВ СІЛЬСЬКОГО ТУРИЗМУ 171
19. *Цуканова А.О.* КЛАСТЕРИ ТУРИЗМУ ЯК ОДИН З ІНСТРУМЕНТІВ СТАЛОГО СІЛЬСЬКОГО РОЗВИТКУ 174

СЕКЦІЯ 4. ДОРАДНИЦТВО, ЯК ЕФЕКТИВНИЙ ІНСТРУМЕНТ РОЗВИТКУ СІЛЬСЬКОГО ТУРИЗМУ

1. *Локутова О.А.* PR-КОНСАЛТИНГУ ДЛЯ РОЗВИТКУ СІЛЬСЬКОГО ТУРИЗМУ УКРАЇНИ 177
2. *Федуняк І.О.* ПРАВОВІ ОСНОВИ РОЗВИТКУ ДОРАДНИЦТВА В УКРАЇНІ 180

СЕКЦІЯ 5. МАРКЕТИНГ ТУРИСТИЧНИХ ДЕСТИНАЦІЙ СВІТОВОГО ТА ВІТЧИЗНЯНОГО ТУРИЗМУ

1. *Андрієнко А.О.* КОНТРОЛЬ ДІЛОВОГО ПАРТНЕРСТВА СУБ'ЄКТІВ ФРАНЧАЙЗИНГОВОЇ ТУРИСТИЧНОЇ МЕРЕЖІ 181
2. *Боюк О.С.* СУТНІСТЬ МАРКЕТИНГОВИХ КОМУНІКАЦІЙ В ДІЯЛЬНОСТІ ТУРИСТИЧНОГО ПІДПРИЄМСТВА 184
3. *Гвоздік А.Г.* МАРКЕТИНГ ДЕСТИНАЦІЙ ЯК СУЧАСНИЙ ПІДХІД ДО УПРАВЛІННЯ ТУРИСТИЧНИМ РЕГІОНОМ 188
4. *Гулова Т.О.* КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВ ТУРИСТИЧНОЇ ІНДУСТРІЇ В УМОВАХ РИНКУ 191
5. *Климчук А.О.* ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ КОНКУРЕНТОЗДАТНОСТІ ГОТЕЛЬНОГО ПІДПРИЄМСТВА ЗА ДОПОМОГОЮ БЕНЧМАРКЕТИНГУ 194
6. *Климчук А.О., Тангел Р.М.* РОЛЬ МАРКЕТИНГУ В УПРАВЛІННІ СТРАТЕГІЧНИМИ ЗМІНАМИ ТУРИСТИЧНОГО ПІДПРИЄМСТВА 197
7. *Мороз В. В.* СКЛАДОВІ ТУРИСТИЧНОГО ПРОДУКТУ ЧЕРНІГІВСЬКОЇ ОБЛАСТІ 200
8. *Мосіюк С.І.* МЕРЧЕНДАЙЗИНГ ЯК ТЕХНОЛОГІЯ МАРКЕТИНГУ В ТУРИСТИЧНІЙ ІНДУСТРІЇ 202
9. *Мосіюк С.І., Пшоно М.М.* ОСОБЛИВОСТІ РОЗВИТКУ ФРАНЧАЙЗИНГУ В УКРАЇНІ 204
10. *Семенюта А.О.* EVENT-МАРКЕТИНГ У ФОРМУВАННІ БРЕНДУ ПІДПРИЄМСТВА НА РИНКУ ТУРИСТИЧНИХ ПОСЛУГ 206
11. *Устимчук Я.В.* КОРПОРАТИВНИЙ БРЕНДИНГ ЯК ІНСТРУМЕНТ МАРКЕТИНГУ В ТУРИЗМІ 210
12. *Шестак М.Ю.* ЕФЕКТИВНИЙ ІНСТРУМЕНТ МАРКЕТИНГОВИХ КОМУНІКАЦІЙ ТА БІЗНЕСУ – ІНТЕРНЕТ – РЕКЛАМА 211
13. *Яковенко В.Г.* СТРАТЕГІЧНЕ МАРКЕТИНГОВЕ ПЛАНУВАННЯ НА ПІДПРИЄМСТВАХ ІНДУСТРІЇ ГОСТИННОСТІ 213
14. *Яцкевич М.В.* ПОЗИТИВНИЙ ІМІДЖ ДЛЯ ТУРИСТИЧНОГО ПІДПРИЄМСТВА 215

СЕКЦІЯ 6. МОДЕЛЮВАННЯ МІКРОЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНОГО ТА ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ: МЕНЕДЖМЕНТ, ОБЛІК ТА ОПОДАТКУВАННЯ

1. *Бардаш С.В., Черниш Д.П.* ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ВНУТРІШНЬОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ 218

2. *Григорук І.О.* ОСОБЛИВОСТІ УПРАВЛІННЯ ТУРИСТИЧНИМИ ПІДПРИЄМСТВАМИ В УМОВАХ НЕВИЗНАЧЕНОСТІ 221
3. *Климчук А.О.* ЕФЕКТИВНІСТЬ ВИКОРИСТАННЯ ТРУДОВОГО ПОТЕНЦІАЛУ НА ПІДПРИЄМСТВАХ РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ 223
4. *Хоменко О.М.* ПІДБІР ПЕРСОНАЛУ ПІДПРИЄМСТВА ГОТЕЛЬНО - РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ 227

СЕКЦІЯ 7. ДІДЖИТАЛІЗАЦІЯ БІЗНЕС-ПРОЦЕСІВ СУБ'ЄКТІВ ТУРИСТИЧНОЇ ІНДУСТРІЇ

1. *Abrosimova A.* INNOVATIVE STATE OF THE HOTEL AND RESTAURANT BUSINESS IN UKRAINE 230
2. *Мицицей Т.Д.* ВПРОВАДЖЕННЯ ІНФОРМАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ У ТУРИЗМІ: ТЕХНОЛОГІЧНІ АСПЕКТИ 233
3. *Кирилюк І. М., Литвин О. В.* ВИКОРИСТАННЯ ІНФОРМАЦІЙНО-КОМУНІКАТИВНИХ ТЕХНОЛОГІЙ У СФЕРІ ТУРИЗМУ 237
4. *Морохович В.С.* ІННОВАЦІЙНІ ТРЕНДИ РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ В УМОВАХ ДІДЖИТАЛІЗАЦІЇ 240
5. *Нестерук В. О.* ІНФОРМАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ В СУЧАСНІЙ СФЕРІ ТУРИЗМУ І ГОСТИННОСТІ 242
6. *Нечипоренко А.О.* ІННОВАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ ТА ЇХ ВПЛИВ НА ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННИЙ БІЗНЕС 245
7. *Тимчук С.В., Нецадим Л.М.* СУЧАСНІ ТРЕНДИ УПРАВЛІННЯ ЯКІСТЮ ПРОДУКЦІЇ І ПОСЛУГ ТУРОПЕРАТОРСЬКИХ КОМПАНІЙ УКРАЇНИ З ОСБЛУГОВУВАННЯ ТУРИСТІВ 251
8. *Плющ С.А.* ЦИФРОВИЙ МАРКЕТИНГ В ТУРИСТИЧНІЙ ІНДУСТРІЇ 254
9. *Поворознюк І. М.* КОНТЕНТ-МАРКЕТИНГ В ІНДУСТРІЇ ГОСТИННОСТІ 255

СЕКЦІЯ 8. УДОСКОНАЛЕННЯ ПІДГОТОВКИ ФАХІВЦІВ ДЛЯ СФЕРИ ГОСТИННОСТІ

1. *Вотко К.О.* WAYS TO INCREASE LABOR PRODUCTIVITY AT A HOTEL ENTERPRISE 257
2. *Барвінок Н. В.* КЛЮЧОВІ КОМПЕТЕНТНОСТІ ПЕРСОНАЛУ ЯК СКЛАДОВА МАРКЕТИНГУ ТУРИСТИЧНОГО ПІДПРИЄМСТВА 259
3. *Веретільник Ю.В.* ПСИХОЛОГІЧНІ ОСОБЛИВОСТІ ПІДГОТОВКИ СТУДЕНТІВ СПЕЦІАЛЬНОСТЕЙ ІНДУСТРІЇ ГОСТИННОСТІ 262
4. *Левицька І.В.* АТЕСТАЦІЯ ПЕРСОНАЛУ: МЕТОДИЧНІ ПІДХОДИ 264
5. *Ярема Л.В.* ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ІНДУСТРІЇ ГОСТИННОСТІ 266

СЕКЦІЯ 9. ІННОВАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ В ІНФОРМАЦІЙНО-КОНСУЛЬТАЦІЙНІЙ ДІЯЛЬНОСТІ

1. *Бандура В. М., Бай З.В.* ОСОБЛИВОСТІ ОРГАНІЗАЦІЇ ОБСЛУГОВУВАННЯ У ГОТЕЛЯХ МІЖНАРОДНОЇ МЕРЕЖІ RADISSON 268
2. *Діскант Е.М.* ОСОБЛИВОСТІ ОРГАНІЗАЦІЇ І ТЕХНОЛОГІЇ НАДАННЯ ПОСЛУГ РОЗМІЩЕННЯ У ПІДПРИЄМСТВАХ ГОТЕЛЬНОГО ГОСПОДАРСТВА ТИПУ ХОСТЕЛ «DREAM HOSTEL KIEV» 270
3. *Кальна-Дубінюк Т.П.* ІНТЕРАКТИВНА КОНСУЛЬТАЦІЙНА СИСТЕМА ДЛЯ СІЛЬСЬКОГО ТУРИЗМУ 272
4. *Науменко О.М.* СУЧАСНЕ НОРМАТИВНО-ПРАВОВЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В ПІДПРИЄМНИЦТВІ 274

СЕКЦІЯ 10. ІННОВАЦІЙНІ ЕНЕРГОТЕХНОЛОГІЇ В ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОМУ БІЗНЕСІ

1.	<i>Авраменко В. С.</i> СУЧАСНІ ПІДХОДИ ДО ЕНЕРГОЗБЕРЕЖЕННЯ У ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОМУ ГОСПОДАРСТВІ	277
2.	<i>Бандура В.М.</i> ПЕРСПЕКТИВИ ЗАСТОСУВАННЯ МІКРОХВИЛЬОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ В РЕСТОРАННОМУ ГОСПОДАРСТВІ	278
3.	<i>Гулько І.О</i> ІННОВАЦІЙНІ ЕНЕРГОТЕХНОЛОГІЇ В ГОТЕЛЬНОМУ БІЗНЕСІ	280
4.	<i>Lazur B.</i> PECULIARITIES OF USING MODERN TEXTILE MATERIALS IN ACCOMMODATION INSTITUTIONS	282
5.	<i>Марусей Т.В.</i> СУЧАСНІ ЕНЕРГОТЕХНОЛОГІЇ В ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОМУ БІЗНЕСІ	284
6.	<i>Нещадим Л. М., Тимчук С. В.</i> ІННОВАЦІЙНА АВТОМАТИЗАЦІЯ БІЗНЕС –ПРОЦЕСІВ ЯК ОСНОВА ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОЇ ЕФЕКТИВНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ ІНДУСТРІЇ ГОСТИННОСТІ	287
7.	<i>Rubanenko O. O.</i> RES FOR HEAT AND POWER SUPPLY OF HOTEL AND RESTAURANT COMPLEXES	289
8.	<i>Сидоренко Т.М., Салімон О.М.</i> РОЗВИТОК ІННОВАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ В ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОМУ БІЗНЕСІ	291

**СУЧАСНІ ТRENДИ УПРАВЛІННЯ ЯКІСТЮ ПРОДУКЦІЇ І ПОСЛУГ
ТУРОПЕРЕКТОРСЬКИХ КОМПАНІЙ УКРАЇНИ З ОСЬЛУГОВУВАННЯ
ТУРИСТІВ**

Тимчук С.В.

кандидат економічних наук, доцент

Уманський національний університет садівництва

Нещадим Л.М.

кандидат економічних наук, доцент

Уманський державний педагогічний університет ім. П.Тичини

На якість продукції та послуг і відповідно функціонування суб'єктів туристичного ринку будь-якої країни, безсумнівно, впливають зовнішні чинники. Серед сучасних зовнішніх важелів впливу на відносини у сфері обслуговування туристів одностайно можна вважати пандемію COVID-19 та військові дії на території України. Стрімке поширення коронавірусної хвороби стало серйозним зовнішнім викликом для роботи туроператорських компаній з обслуговування туристів.

Вивченням питань система управління якістю як інструменту удосконалення менеджменту туристичного підприємства присвячені доробки Чорної Н.М. Чуєва І. О., Сидорук А.В., Кравченко Д.М. досліджували особливості управління якістю як фактору підвищення ефективності туристичних та ресторанних послуг в сфері міжнародного туристичного бізнесу. Глебова А.О., Карчевський Б.О. приділили увагу дослідженню системи управління якістю на підприємствах в умовах євроінтеграційних процесів.

Проте в сучасних умовах пандемії коронавірусної інфекції та військової агресії в Україні потребують подальшого дослідження новітні методи управління якістю продукції і послуг туроператорських компаній в Україні.

Якість туристичного обслуговування – це сукупність властивостей туристичних послуг, процесів і умов комплексного обслуговування із задоволення обумовлених або передбачуваних потреб туристів під час їхнього відпочинку, подорожей та інших складових туристичного продукту.

Забезпечення якості туристичних послуг потребує здійснення низки планових заходів. Водночас, виходячи з конкурентоспроможності туристичного ринку, туристичні підприємства повинні також поєднувати конкретні фактори, такі як стратегічні цілі, кон'юнктура ринку та споживчий попит, щоб постійно покращувати якість послуг. Незважаючи на явні негативні наслідки пандемії, саме пандемія коронавірусу COVID-19 прискорила переорієнтацію туристичної індустрії на віртуальне середовище. Запровадження карантинних заходів призвело до широкого використання цифрових технологій українськими туроператорами через використання цифрових платформ, чат-ботів, хмарних сервісів, штучного інтелекту, віртуальних середовищ, сприяючи тим самим розвитку електронної економіки та електронної комерції в Україні. Криза, викликана пандемією COVID-19, уможливила процес цифрової трансформації роботи бізнесу та державних установ, оскільки соціальне дистанціювання вимагає створення відповідної ІТ-інфраструктури, систем безпеки, комунікацій, цифрових навичок тощо. Під час пандемії традиційні форми туристичних послуг від туристичних компаній, які обмежуються карантинном, виявилися недоступними для споживачів. Зростаючий попит на зручні, комфортні та доступні дистанційні послуги прискорив цифровізацію туризму в Україні.

Лобозінська І.Г. зазначає, що цифровізація усіх сфер суспільного життя є світовим трендом, а пандемія COVID-19 вплинула та продовжує впливати на економічну ситуацію усіх країн світу [1].

Цифровізація економічних процесів у туристичній галузі кардинально змінила традиційні бізнес-процеси. Оскільки туристична індустрія досягає найскладнішого рівня оцифровки, виробничі відносини туристичного ринку, що обслуговує туристів, зазнали

фундаментальних змін. Результатом цифровізації є інтеграція виробничих і туристичних послуг туроператорів в єдину цифрову систему, в якій усі елементи економічної системи існують одночасно у вигляді фізичних об'єктів, продуктів і процесів та їх цифрових аналогів. Завдяки наявності цифрових копій та елементу «підключення» всі фізичні об'єкти, продукти та процеси, що відбуваються на туристичному ринку, стають частиною інтегрованої ІТ-системи. Доступна цифрова копія як частина єдиної системи, в якій усі елементи економічної системи безперервно взаємодіють один з одним у режимі майже реального часу, моделюючи реальні процеси та прогнозовані умови, забезпечуючи безперервну оптимізацію всієї системи туристичного ринку [2].

Висока якість обслуговування клієнтів туроператорами є не тільки конкурентною перевагою, а й істотно впливає на формування лояльності клієнтів, зміщуючи акцент на цінність на задоволеність послугою. На думку Кравецький А.В., Бабчинська О.І., під якісним обслуговуванням крім зручного місця розташування, великого асортименту, провідної позиції в товарній групі, а іноді і конкурентоспроможних цін, розуміються і такі фактори, як адекватність співробітників підприємства, знання продукту, причетність персоналу до процесу вибору товару, їх зацікавленість та ініціативність [3]. Проте у сучасних умовах цифровізація туристичної галузі дозволяє зневілювати ряд цих чинників.

Для управління якістю послуг туроператорів використовуються економічні, координаційні, психолого-соціальні, політичні, виробничі системи. Вони більш-менш використовуються в практиці туроператорських підприємств та тих суб'єктів, які забезпечують обслуговування туристичного бізнесу. Що стосується самих методів, то найважливішими з них є:

- дослідити основи роботи з клієнтами, конкурентами для визначення сильних і слабких сторін їх діяльності;
- систематизувати та аналізувати базу даних споживчих думок та оцінок компаній та їх слабких і сильних сторін;
- статистичні методи оцінки якості результатів на підприємствах громадського харчування [4].

Чусьва І. О., Сидорук А.В., Кравченко Д.М. зазначають, що управління якістю як фактор підвищення ефективності туристичних та ресторанних послуг – це менеджмент четвертого покоління, який в справжніх реаліях стає провідним менеджментом підприємств і установ організацій та фірм різних форм власності [5]. Найвища конкуренція сфері туристичного бізнесу, змушує підприємства ретельно стежити за якістю туристичних товарів та послуг.

Запуск системи управління якістю в туроператорській компанії дозволяє їй отримати багато переваг, зокрема:

- орієнтація на досягнення бізнес-цілей з урахуванням інтересів зацікавлених сторін;
- ефективне та раціональне використання ресурсів;
- зменшити можливі конфлікти між різними аспектами діяльності;
- залучати більше співробітників до управління якістю;
- створити єдину систему документообігу та діловодства;
- збільшення кількості лояльних споживачів;
- посилення конкурентних позицій на галузевому ринку та забезпечення сталого розвитку;
- покращення іміджу тощо [6, с. 356].

Враховуючи ризики в діяльності туроператорів і організацій, що займаються турпослугами, включаючи часті зміни стандартів та інших нормативних актів, для конкуренції та розширення своєї присутності на галузевому ринку, туристичні компанії повинні продовжувати вдосконалюватися [7]. Збільшення кількості нових клієнтів, а разом формування лояльності у тих споживачів, які вже скористалися послугами даного туристського підприємства, можуть бути забезпечені лише шляхом постійного

підвищення якості надаваних послуг, перетворення останньої в стійку конкурентну перевагу й запоруку сталого розвитку.

Головною сферою, де інформаційні технологічні досягнення трансформують індустрію туризму та гостинності і підносять на якісно новий рівень обслуговування клієнтів є онлайн-сервіси. Використання інформаційних технологій обробки та передачі інформації у туроператорських компаніях дозволяє створити інноваційний та адаптований до сучасних умов турпродукт та надати послугу, які мають на меті підвищення конкурентоспроможності та відповідно збільшення норми очікуваної прибутковості [8]. Поширення смартфонів ще одна можливість для туроператорських компаній поліпшити якість обслуговування клієнтів.

Тож, забезпечення управління якістю продукції та послуг туроператорських компаній, постійного розвитку та підвищення ефективності їх функціонування в Україні є впровадження інформаційних технологій. Це є економічно вигідним та ефективним, оскільки вони сприяють удосконаленню процесу обслуговування, зниженню витрат та отримання додаткового доходу.

Список використаних джерел

1. Лобозінська І.Г. Економіко-правові аспекти регулювання зовнішніх процесів. *Інфраструктура ринку*. Випуск 58. 2021. С. 20-23.
2. Цифрова економіка: тренди, ризики та соціальні детермінанти. Київ : Заповіт, 2020. 274 с.
3. Кравецький А.В., Бабчинська О.І. Менеджмент якості: проблеми та перспективи запровадження на вітчизняних підприємствах. URL: http://www.rusnauka.com/15_APSN_2010/Economics/67675.doc.htm
4. Калашник І.І. Контроль та управління якістю продукції на промислових підприємствах. *Держава та регіони. Серія : Економіка і підприємництво*. 2013. № 1. С. 53–58.
5. Чуєва І. О., Сидорук А.В., Кравченко Д.М. Управління якістю як фактор підвищення ефективності туристичних та ресторанних послуг в сфері міжнародного туристичного бізнесу. *Економіка та суспільство*. Випуск №29. 2021. URL : <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/582/558>
6. Глебова А.О., Карчевський Б.О. Системи управління якістю на підприємствах в умовах євроінтеграційних процесів. *Глобальні та національні проблеми економіки*. 2015. Випуск 8. С. 352–356. URL: <http://www.global-national.in.ua/archive/8-2015/73.pdf>
7. Чорна Н.М. Система управління якістю як інструмент удосконалення менеджменту туристичного підприємства *Економіка і суспільство*. Випуск № 28. 2021. URL : <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/485/464>
8. Нецадим Л.М., Тимчук С.В. Стратегічний розвиток ринку інформації та інформаційних технологій на підприємствах індустрії гостинності. *Інноваційний розвиток туризму та індустрії гостинності: проблеми й перспективи*: колективна монографія / Поворознюк І. М., Чирва О. Г., Кирилюк І. М. [та ін.]; за ред. І. М. Поворознюк ; МОН України, Уманський держ. пед. ун-т імені Павла Тичини. – Умань: Візаві, 2021. С. 130-142.