

соціальна ініціатива «Вулик змістів», що допомагає знайти переселенцям житло, роботу та реалізуватись у громаді.

Власники агроосель разом з односельцями беруть участь у виготовленні продукції для військових та переселенців.

Щодо туристів, які приїжджали в Карпатський регіон улітку 2022 року, то їх кількість значно зменшилась порівняно з аналогічним періодом 2021 року. Переважають туристи уїкендового характеру, що зупиняються в оселях на 1-2 дні. Суттєвою є також частка туристів, що організовують туроператори у форматі автобусних турів. Одночасно спостерігається тенденція щодо надання суттєвих знижок при довготривалому перебуванні в агросадибах.

Незважаючи на труднощі, сільський туризм Карпатського регіону залишається важливим для внутрішньо переміщених осіб і зберігає потенціал для розвитку після завершення воєнних дій.

Список використаних джерел:

1. «Safe Travels»: Global Protocols&Stampforthe New Normal / WorldTravel& TourismCouncil. URL: <https://wtcc.org/COVID-19/Safe-Travels-Global-Protocols-Stamp>
2. Портрет туриста очима власників сільських зелених садиб в період пандемії : Аналітичний звіт за результатами дослідження / П. А. Горішевський, Л. Л. Аронець, В. П. Передерко, О. І. Зварич. Університет Короля Данила. URL: <https://ukd.edu.ua/news/mizhnarodna-diyalnist/portret-turista-ochima-vlastnikiv-silskikh-zelenikh-sadib-v-period>
3. Karpaty.info / Офіційна сторінка. URL: <https://www.karpaty.info/ua/>
4. У Дворі: Відпочинковий етно-комплекс. URL: <https://udvori.com.ua/>

Яковишина М. С.

*старший викладач кафедри туризму та готельно-ресторанної справи
Національний університет водного господарства та
природокористування*

Шліхта А. В.

*кандидат педагогічних наук, викладач циклової комісії
туризмознавства та іноземних мов*

Борейчук Л. А.

здобувачка освіти 1 курсу групи ЗО-4

*Відокремлений структурний підрозділ «Рівненський економіко-
технологічний фаховий коледж» Національного університету водного
господарства та природокористування
м. Рівне, Україна*

САДОВО-ПАРКОВІ ОБ'ЄКТИ ЯК ОСЕРЕДКИ РЕКРЕАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ І ТУРИЗМУ М. РІВНЕ

Нині досить актуальним питанням є психологічне та емоційне розвантаження людини, швидке відновлення її фізичних і духовних сил. Існує

чимало наукових досліджень, які підтверджують важливість зелених зон при лікуванні депресивних станів. Прогулянки у лісі та серед зелених насаджень приводять до позитивних змін в організмі людини та сприяють відновленню творчого потенціалу і життєвих ресурсів. [1]

Для сучасних урбоекосистем характерне постійне зростання чисельності та щільності населення. При цьому часто зневажаються питання відповідного збільшення зелених зон міста, які виконують необхідні функції, важливою з яких є рекреаційна. Для великих міст згідно рекомендацій ВООЗ норма озеленення складає 50 м² на одну людину. Варто зазначити, що садово-паркові території в залежності від призначення та розміщення в місті відносяться до різних категорій міських насаджень: насаджень загального, обмеженого користування і спеціального призначення, які утворюють в сукупності своєрідну систему озеленення.

За даними Управління містобудування та архітектури виконавчого комітету Рівненської міської ради ландшафтні та рекреаційні території займають близько 15,2% території міста Рівне. Усереднено на 1 мешканця Рівного припадає близько 36,6 м² територій ландшафтних та рекреаційних зон міста, а нормативний мінімум згідно ДБН складає 16 м² (10 м² - загального користування та 6 м² у межах житлових районів). [2]

Якісне облаштування садово-паркових об'єктів та рівномірне розміщення їх на території міста забезпечує повноцінний відпочинок його жителів, формує естетичну основу урбоекосистеми, оптимізує стан повітря, терморегуляцію у міському середовищі, а також приваблює туристів.

У світі нині активно розвивається садово-парковий туризм – різновид туризму, пов'язаний із відвідуванням локацій садово-паркового мистецтва. Естетично привабливі ландшафти залучають значні потоки внутрішніх і міжнародних туристів. Тому більшість гарно облаштованих парків сучасних міст включені у популярні туристичні маршрути. Зокрема, серед відомих туристичних парків в Україні варто назвати Заліщицький парк (Тернопільська обл.), Шарівський парк (Харківська обл.), Стрийський парк (м. Львів), дендропарк Софіївка (Черкаська обл.), Олександрійський парк (Київська обл.) тощо.

Унікальні сади і парки у різних європейських країнах стали основою тематичного туристичного маршруту Ради Європи «Європейський маршрут історичних садів» (англ. European Route of Historic Garden, ERHG), який у жовтні 2020 року був сертифікований як Культурний маршрут Ради Європи, що є підтвердженням цінності його історичної, мистецької, соціальної та природної спадщини. [3]

В Україні цінні сади та парки часто включені до складу природно-заповідного фонду як парки-пам'ятки садово-паркового мистецтва, дендропарки або ботанічні сади. [4]

Варто зазначити, що ліси та парки здійснюють помітний вплив на туристичну індустрію окремих країн в аспекті давніх традицій споглядання краси дерев в різні пори року. Ряд міжнародних туристичних фірм пропонують навіть тематичні тури. Для прикладу варто навести милування зміною

забарвлення осіннього листя «моміджігарі» у Японії, «Leaf peeping» у США, а також милування квітучою сакурою «ханамі».

Особливо важливими для розвитку садово-паркового туризму України є історичні міські парки, які часто мають природоохоронний статус парків-пам'яток садово-паркового мистецтва. Рекреаційна функція парків записана у 38 статті Закону України «Про природно-заповідний фонд», зокрема занотовано, що: «на території парків-пам'яток садово-паркового мистецтва забезпечується проведення екскурсій та масовий відпочинок населення». [5]

Варто підкреслити, що у системі природно-заповідного фонду України парки-пам'ятки садово-паркового мистецтва належать до категорій штучно-створених природно-заповідних об'єктів, до яких також включені дендропарки та ботанічні сади. Якщо порівнювати дендропарки і парки-пам'ятки садово-паркового мистецтва, то необхідно підкреслити, що особливістю парків-пам'яток є художня цінність їх об'ємно-просторової організації загалом і їх функціональне використання може бути досить широким: естетичне, дозвілєве, оздоровче, а дендропарки визначаються завдяки дендроскладу зелених насаджень. Ботанічні сади спеціалізовані не лише на дендрофлорі і композиціях з деревними рослинами, а також на усіх рідкісних і типових видах світової і місцевої флори, і на веденні освітньої та наукової роботи. [5]

Варто також підкреслити важливе значення зелених насаджень міста Рівне в досягненні його кліматичної нейтральності.

На теренах Рівненської області садово-паркові об'єкти нині починають активно використовуватися для туризму та рекреації, частина з них вже навіть включені до низки туристичних маршрутів області. Зокрема, Гоцанський парк-пам'ятка садово-паркового мистецтва включений до регіонального туристичного маршруту «Погориння». У межах Рівненського парку-пам'ятки садово-паркового мистецтва ім. Т. Г. Шевченка розташована популярна туристична атракція «Таємничі підземелля», яка є об'єктом огляду більшості рівненських екскурсій. На сайті Рівненщина туристична також розміщена інформація про інші екскурсійні маршрути, до яких включена зелена зона парку «Хімік» із скеледромом Козак, Рівненський зоопарк, алея кованих фігур парку молоді. [6]

Щодо методичного забезпечення екскурсійного супроводу, то для Рівненського парку-пам'ятки садово-паркового мистецтва ще 2004 року був розроблений путівник, у якому наводиться характеристика чотирьох тематичних маршрутів: «Місцями історії», «Флора парку», «Дерева-старожили», «Рослини-екзоти». [7]

У вересні 2024 року рішенням Рівненської обласної ради у м. Рівне на території комунального закладу «Центр національно-патріотичного виховання та позашкільної освіти» з метою збереження і вивчення різноманітних видів дерев та чагарників, а також якомога ефективнішого наукового та рекреаційного їх використання було створено новий дендрологічний парк місцевого значення «Натуралістичний сад нової хвилі» площею 7,69 га. На перспективу планується на даній території втілити проєкт «Терапевтичний сад». [8]

Серед ініціатив, які популяризують садово-паркові об'єкти у м. Рівне варто назвати проєкт ГО ЛІТЕКО з організації екологічних театралізованих екскурсій у міському парку з нагоди визначення переможців літературного конкурсу «Фантастичне Рівне» у 2019-2020 роках та проєкти з промоції віковічних дерев від Екологічного центру Рівненського Палацу дітей та молоді. Зокрема, у 2024 році віковічний дуб з Рівненського парку-пам'ятки садово-паркового мистецтва та віковічний ясен з вулиці 24 липня м. Рівне подані на національний відбір Міжнародного конкурсу «Європейське дерево року». Також за фінансування Українського культурного фонду розроблений еко-туристичний маршрут протяжністю 6 км, який об'єднує 10 віковічних дерев міста Рівне. [9-11]

Отже, на даний час садово-паркові об'єкти для рекреації та туризму у м. Рівне використовуються недостатньо, хоча більшість з них мають високі естетичні характеристики, окремі навіть входять до складу природно-заповідного фонду України. З рекреаційною ціллю найбільш часто використовуються парки-пам'ятки садово-паркового мистецтва, які є територіями для міського відпочинку і прогулянок, а також вважаються найбільш досконалим у естетичному відношенні видом перетвореного людиною ландшафту, навіть своєрідними витворами мистецтва. Залучення таких об'єктів до туристичного сектору вимагає більшої активності та підтримки з боку місцевої адміністрації, популяризації в засобах масової інформації, а також інвестицій для створення туристично-рекреаційної інфраструктури.

Список використаних джерел:

1. Kirsten Weir. Nurtured by nature. *Monitor on Psychology*. 2020. Vol.51, No3. URL: <https://www.apa.org/monitor/2020/04/nurtured-nature> (дата звернення 20.10.2024).
2. Управління містобудування та архітектури виконавчого комітету Рівненської міської ради : <https://arhrv.gov.ua/>
3. European Route of Historic Gardens. *Cultural Routes of the Council of Europe : web site*. URL: <http://surl.li/zmupcc> (дата звернення 20.10.2024).
4. Виговський Д. С., Конарівська О. Б., Яковишина М. С. Розвиток туризму та рекреації на базі історичних садів та парків: досвід для України. *Міжнародний науковий журнал "Інтернаука". Серія: "Економічні науки"* № 4 (84) <https://doi.org/10.25313/2520-2294-2024-4-9903>
5. Про природно-заповідний фонд : Закон. № 2456-XII, редакція від 01.01.2024.
6. Рівненщина туристична : веб сайт. URL: <https://rivne.travel/>
7. Грищенко Ю. М., Антонова Г. М., Яковишина М. С., Мартинюк А. М. Рівненський парк-пам'ятка садово-паркового мистецтва – окраса міста : путівник. Рівне, 2024. 20 с.
8. Про створення дендрологічного парку місцевого значення : Рішення обласної ради № 1010 від 20.09.2024 року. URL: <http://surl.li/ixosyt> (дата звернення 20.11.2024)
9. Рівнянам провели театралізовану екскурсію. *Чарівне : веб сайт*. Дата публікації 26.08.2019. URL: <http://surl.li/cxxppk> (дата звернення 20.11.2024)
10. Найстаріший дуб та в'яз-рятівник: дерева на Рівненщині можуть взяти участь у міжнародному конкурсі. *Rivne Media : веб сайт*. URL: <http://surl.li/saaqai> (дата звернення 20.11.2024)
11. Місто шумить інакше. *Агенція сталого розвитку міста : веб сайт*. URL: <https://citydev.com.ua/uk/projects/misto-shumit-inakshe> (дата звернення 20.11.2024)



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

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 «ХПІ» – голова;

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

САВИЦЬКА Наталія Леонідівна, доктор екон. наук, професор, завідувачка кафедри маркетингу, управління репутацією та клієнтським досвідом Державного біотехнологічного університету.

ОРГАНІЗАЦІЙНИЙ КОМІТЕТ КОНФЕРЕНЦІЇ

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

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

ШИПУЛІНА Юлія Сергіївна, доктор екон. наук., професор, професор кафедри маркетингу НТУ «ХПІ»;

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 «ХПІ»;

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

ЯСТРЕМСЬКА Олеся Олександрівна, канд. екон. наук, доцент, докторант, доцент кафедри «Менеджмент, бізнес і адміністрування» Харківського національного економічного університету імені Семена Кузнеця;

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

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
Lityvnenko 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
Боєва 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., Сергєєв 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 МІСЬКОСТІ 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
Гришук 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 ОСВІТНІХ 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 ЛОЯЛЬНОСТІ 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., Петрейко 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.	
СТАЛІЙ 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 II

РОЗВИТОК ТУРИЗМУ ТА ГОСТИННОСТІ В РЕГІОНАХ УКРАЇНИ

Hovorukha Alina Supervisor: Segida Kateryna THE HOSPITALITY INDUSTRY OF THE UKRAINIAN CARPATHIANS DURING MARTIAL LAW	388
Lityvnenko 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 КИЇВЩИНИ: 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
Дашук 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., Матвєєва 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., Соболев 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 КЛІЄНТООРІЄНТОВАНOSTІ 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