



**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

- SEO та SEM – оптимізація сайтів у пошукових системах для підвищення видимості в інтернеті та залучення цільової аудиторії.

- Соціальний медіа-маркетинг (SMM) – активна взаємодія з потенційними клієнтами через соціальні мережі, створення унікального контенту та таргетованої реклами.

- E-mail маркетинг – розсилка персоналізованих пропозицій, акцій та новин для утримання клієнтів та стимулювання повторних покупок.

- Інтерактивні технології – використання чат-ботів, віртуальних турів та доповненої реальності для покращення користувацького досвіду [2].

Головні переваги цифрового маркетингу для компаній у сфері туризму полягають у можливості глобального охоплення аудиторії, персоналізації взаємодії зі споживачами, гнучкості у використанні рекламних інструментів та швидкому аналізі ефективності маркетингових кампаній.

Список літератури

3. Михайліченко Г., Клімова А. Світовий туристичний ринок: трансформації після пандемії. *Зовнішня торгівля: економіка, фінанси, право. Глобальна економіка*. 2020. №2. С. 21-37. DOI: [https://doi.org/10.31617/zt.knute.2020\(109\)02](https://doi.org/10.31617/zt.knute.2020(109)02)

4. Ніколайчук О. Політика туристичного брендингу для просування національного туристичного продукту: досвід країн центрально-східної Європи. *Галицький економічний вісник*. 2020. № 2 (63). С. 64—77. DOI: https://doi.org/10.33108/galicianvisnyk_tntu2020.02

УДК 338.48-44(1-22):332.1

Крамаренко Д.П.

канд. тех. наук, доцент,

доцент кафедри готельного, ресторанного бізнесу

і крафтових технологій

Шкребець М.Є.

здобувачка 4 курсу, гр. ГРС 6.02.241.010.21.2

науковий керівник – канд. тех. наук, доцент Крамаренко Д.П.

Харківський національний економічний університет

імені Семена Кузнеця

АГРОТУРИЗМ ЯК ФАКТОР РОЗВИТКУ СІЛЬСЬКИХ ТЕРИТОРІЙ

Індустрія туризму охоплює основні сектори послуг, включаючи розміщення, харчування, подорожі та транспорт, а також додаткові сектори, такі як страхування, зв'язок, анімаційні послуги, відпочинок і спорт тощо. Функціонування туристичної галузі значною мірою залежить від діяльності суміжних галузей економіки. Тому можна стверджувати, що розвиток туризму потребує комплексної державної стратегії.

Одним із найперспективніших напрямів у розвитку економіки країни є розвиток агротуризму. Агротуризм є відносно новим і перспективним напрямом, який передбачає формування та забезпечення можливостей для туристів щодо проживання, відпочинку, харчування, екскурсійного обслуговування, організації їх дозвілля та спортивної діяльності, риболовлі та полювання, отримання освіти та професійної підготовки, а також заняття активними видами туризму в сільській місцевості.

Основними особливостями агротуризму можна вважати проживання в екологічно чистому середовищі, споживання натуральних продуктів харчування та перебування в сільській місцевості. Це слід розглядати як дієвий інструмент захисту навколишнього середовища, а також як механізм вирішення соціально-економічних проблем на відповідних територіях.

Оскільки Україна вважається аграрною країною, розвиток агротуризму може не вимагати значних фінансових вкладень порівняно з розвитком інших видів туризму. Причина полягає в можливості використання потенціалу вже сформованих сільських територій для розвитку галузі.

Агротуризм може організовуватися в рамках суб'єктів господарювання, що спеціалізуються на місцевому сільськогосподарському обслуговуванні. Він реалізується у формі спокійного відпочинку в сільській місцевості, участі в сільськогосподарських роботах, розвитку місцевої гастрономії, ремесел, а також участі в організованих екскурсіях на особливо охоронюваних природних територіях.

Урізноманітвивши діяльність у сфері агротуризму, з'являється можливість сформувати бренд конкретного села чи селища завдяки розвитку етнотуризму, екотуризму або «зеленого» туризму. Це безпосередньо пов'язано з відповідними діловими, маркетинговими та організаційними стратегіями.

Щодо результатів, яких може досягти розвиток агротуризму, можна виокремити такі: по-перше, він спрямований на розвиток регіону, де організовано агротуризм; по-друге, сприяє формуванню позитивного іміджу регіону; по-третє, підвищує рівень працевлаштування місцевих жителів; по-четверте, сприяє збільшенню та формуванню попиту і пропозиції на натуральні продукти; по-п'яте, стимулює діяльність місцевого бізнесу.

Основною рушійною силою розвитку агротуризму є зростаючий попит на відпочинок на територіях з природними туристичними об'єктами (природними пам'ятками та ресурсами). Значну частину населення приваблює низька економічна вартість такого відпочинку. Очевидно, що від якості рекреаційного середовища залежить здатність задовольнити цей попит, а разом з тим і успіх розвитку агротуризму.

Розвиток рекреаційного виробництва в сільській місцевості організовується в сільських населених пунктах із добре збереженими природними територіями, наявною інфраструктурою, об'єктами обслуговування та благоустроєм. Сільський спосіб життя, місцеві звичаї та традиції, елементи культурної спадщини можна розглядати як ресурси для

розвитку агротуризму.

Передумовами розвитку, поширення та зростання популярності агротуризму є підвищення рівня урбанізації, можливість для багатьох людей відпочити за доступну ціну, можливість харчуватися екологічно чистими та здоровими свіжими продуктами. До основних мотивів вибору споживачами туристичних послуг агротуризму належать: відсутність коштів на відпочинок на дорогому курорті чи в пансіонаті; близькість до природи та можливість проводити час на свіжому повітрі у природному оточенні; можливість споживання екологічно чистих продуктів; можливість інтеграції в іншу культурно-звичаєву групу (в місцевих умовах).

Кількісні показники свідчать, що показники ринку праці в сільській місцевості нижчі за середні по країні. У зв'язку з цим існує потенціал для розвитку агротуризму як способу подолання безробіття та дефіциту робочих місць у сільській місцевості [1].

Водночас, незважаючи на певну державну підтримку сільського господарства, існують фактори, які гальмують розвиток сільського туризму як виду бізнесу. Серед них відзначають: відсутність належної нормативно-правової бази у сфері підтримки сільського туризму; недостатню кількість об'єктів туристичної інфраструктури; неготовність мешканців сільських поселень приймати туристів; відсутність інформаційної системи про можливість організації відпочинку в сільській місцевості та брак заходів, спрямованих на залучення туристів до сільських населених пунктів тощо.

Список літератури

1. Радіонова, О., Радіонов, В. Генезис агротуризму в Україні. *Економіка та суспільство*, 2023. (52). <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-52-28>

УДК 378.147

Пілецький Р.Т.

4 курс, спеціальність «Туризм та рекреація»

Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника

Чорна Л.В.

канд. пед. наук, доцент

доцент кафедри туризмознавства і краєзнавства

Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника

РОЗВИТОК ТУРИЗМУ ТА РЕКРЕАЦІЇ В НАЦІОНАЛЬНИХ ПРИРОДНИХ ПАРКАХ ЗАКАРПАТСЬКОЇ ОБЛАСТІ

Проблема туризму та рекреації особливо актуалізується в сучасному суспільстві, оскільки високий рівень інтенсивності всіх складових його життєдіяльності викликає необхідність як відпочинку та регенерації сил людини, так і постійного пізнання й активної громадянської позиції у

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 ЕКСКУРСІЙНИХ 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