



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.

Дизайнерська розробка логотипу закладу включає : фонотип назви та графічне відображення логотипу; візуальні складові фирмового стилю; оригінал побудови і колірної рішення знаку логотипу в масштабній сітці; фирмового блоку і колірних рішень фирмового стилю персоналу; типографіка фирмового стилю; дизайн фасаду, інтер'єру тощо. Правовий захист товарного знаку є заключним етапом у створенні фирмового стилю. Після реєстрації фирмовий стиль і всі права на його використання зберігаються за власником. Після закінчення роботи над фирмовим стилем, підприємству необхідно провести низку дій, направлених на повну заміну старого візуального стилю і на початок використання нового.

Список література:

1. Фірмовий стиль кав'ярні, ресторану і кафе. У чому особливість? URL: <http://surl.li/klhr> (дата звернення: 25.05.2025).
2. Вольперт М. В., Шмадченко П. В., Жихор О. Б. Аналіз та напрями вдосконалення фірмового стилю ресторану «Наша дача». Науковий вісник Ужгородського Університету. Серія : Економіка. 2022. Випуск 1 (59). С. 73–78.
3. Розробка фірмового стилю: творчий процес і мистецтво сучасного дизайн-проектування. URL: <https://docplayer.ru/66630196-Razrabotka-firmennogo-stilya-tvorcheskiyprocess-i-iskusstvo-sovremennogo-dizaynproektirovaniya.html> (дата звернення: 25.05.2025).
4. Ніколаєва О. А., Ковшова І. О. Розвиток українського бренду одягу в Інтернет-просторі. Економіка і підприємництво. 2020. № 12. URL: http://www.econom.stateandregions.zp.ua/journal/2020/2_2020/22.pdf (дата звернення: 15.07.2023).

УДК 338.48:640.4

Черевична Н. І.

канд. техн. наук, доцент,
доцент кафедри готельного, ресторанного бізнесу і крафтових
технологій

Сова С. В.

здобувачка 4 курсу, гр. ГРС 6.02.241.010.21.1
науковий керівник – канд. тех.наук, доц. Черевична Н.І.
*Харківський національний економічний
університет імені Семена Кузнеця*

БІЗНЕС-ГОТЕЛІ ЯК КЛЮЧОВИЙ ЕЛЕМЕНТ ІНФРАСТРУКТУРИ ДІЛОВОГО ТУРИЗМУ

Економіки країн, регіонів, великих та малих міст можуть суттєво піднятися за рахунок ділового туризму. Діловий туризм має унікальну відмінність від інших видів туризму: всесезонність, прогнозованість (узгоджується з календарним планом бізнес-заходів), масовість, орієнтацію на споживання послуг середньої та високої якості [1].

Бізнес-готелі мають свою специфічну особливість, яка виділяє їх з-поміж багатьох міських готелів: бізнес-готелі орієнтуються на прийом

відвідувачів, які приїжджають у місто/регіон з професійно-діловою метою. Через свою специфіку бізнес-готелі підпорядковуються далеко не всім закономірностям індустрії гостинності. Гості таких готелів цікавляться культурним, розважальним, гастрономічним життям міста насамперед у вторинному аспекті. Першочергово таких гостей цікавить ділова активність міста та регіону. Готель, що претендує на статус бізнес-готелю, передбачає розташування у діловій частині міста та наявність налагодженої системи транспортної доступності з аеропортом, вокзалом, конгрес-холами та іншими потенційно цікавими для бізнесменів діловими об'єктами міста. Але головне, що важливо для цієї категорії гостей – швидкий, безвідмовний та якісний діловий сервіс.

Існує думка, що подорожі, метою яких є бізнес, не можна класифікувати як туризм: метою туризму, як правило, насамперед є відпочинок та пізнавальна діяльність. Інтереси традиційних туристів та осіб, які приїжджають до міста з діловими цілями, принципово відрізняються. Отже, різняться і чинники, що впливають на потоки туристів і бізнес-туристів. Бізнес-трафік має свій календар, свої тенденції та тренди. Він піддається впливу таких чинників, як ділова активність міста, сезонність, наявність/відсутність масштабних бізнес-заходів у місті та інших факторів.

Дослідження свідчать, що діловій активності властива сезонність [2]: бізнес-заходи найчастіше проводяться в період з лютого по травень та з вересня по листопад, і практично відсутні у літні місяці та під час новорічних канікул. Відповідно, бізнес-готелям, як і звичайним готелям, притаманні високі та низькі сезони, проте розподіляються вони у зворотному порядку.

Будь-яка проблема, що стосується розвитку регіону, має вирішуватись комплексно. Це стосується і розвитку туризму. Для просування в регіоні бізнес-туризму, перш за все, необхідно мати розвинену мережу готелів з оснащеними конференц-залами місткістю понад тисячу осіб.

Тепер розглянемо фактори, що обмежують та стримують розвиток бізнес-туризму:

1. Недостатній рівень розвитку інфраструктури, необхідної для повноцінного функціонування бізнес-туризму в регіонах.

2. Багато сайтів готелів не розраховані на іноземних туристів. Це не дає можливості іноземним туристам ознайомитися з послугами засобів розміщення, ні з преїскурантом, а також здійснити бронювання.

3. Готельний персонал – кадри. Засоби розміщення не мають достатньої кількості підготовлених кадрів, орієнтованих на ділового туриста. Для поліпшення кадрового забезпечення готелів у сфері ділового туризму необхідно включити до навчальних планів ЗВО, які готують кадри для індустрії гостинності, спеціальні дисципліни, які формували б компетентність майбутніх фахівців з проблеми організації діяльності бізнес-готелів (наприклад, ділова іноземна мова, діловий етикет, виставковий

менеджмент).

4. Недостатнє інвестування. Інвестиції у готельний бізнес великі, термін окупності проектів – тривалий, ризики – значні. Необхідна точкова робота з інвесторами або орієнтація на вхід у регіон великих міжнародних готельних мереж.

5. Розмиті за різними показниками статистичні дані щодо розвитку ділового туризму.

6. Ще одна проблема розвитку українських готелів ділового призначення – відсутність широкого спектру додаткових послуг. На сьогодні під діловим туризмом в Україні розуміють лише обслуговування ділових поїздок та ділових заходів. Однак до них доцільно додати послуги з оздоровлення.

Розвинений регіональний бізнес-туризм може сприяти розвитку інших видів туризму: що більше ділових контактів у регіону, що більше він привертає увагу ділових кіл, то більше розширюються можливості для всього спектра туристичних послуг. Насамперед проведення бізнес-заходів вигідне самим підприємствам. Прийом делегацій, зокрема з-за кордону, працює на імідж фірми та підвищує її суспільний статус. Щодо сфери гостинності, то проведення форумів та бізнес-конференцій у міжсезоння допомагає готельному бізнесу нівелювати проблему заповнення номерного фонду.

Список літератури

1. Руденко, Л. Г., Лісовський, Л. А., Маруняк, Є. О., Голубцов, О. Г., Дронова, О. Л., Мозговий, А. А., Фаріон, Ю. М. Аналіз стратегій регіонального і місцевого розвитку України на шляху досягнення «Цілей 2030». *Екологічний вісник*, (3), 2022, С. 133.

2. Бутенко О. П., Опікунова Н. В., Гончарова А. С. Синхромаркетинг: сутність, методи та компенсаторні інструменти. *Ефективна економіка*. 2020. № 4. – URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=7844> (дата звернення: 06.03.2025). DOI: [10.32702/2307-2105-2020.4.92](https://doi.org/10.32702/2307-2105-2020.4.92)

УДК 338.48(477.65):355.4

Дуб В.В.

канд. техн. наук, доцент

доцент кафедри економіки, підприємництва та готельно-ресторанної справи

Іллющенко Н.І.

здобувач вищої освіти освітнього ступеня «бакалавр», група ГРС-23мб-2

Бричка Б.О.

здобувач вищої освіти освітнього ступеня «магістр», група ГРС-24м-1,4

Центральноукраїнський національний технічний університет

ПЕРСПЕКТИВА РОЗБУДОВИ ІНДУСТРІЇ ГОСТИННОСТІ КІРОВОГРАДЩИНИ З УРАХУВАННЯМ РЕАЛІЙ ВІЙНИ

Не зважаючи на жахіття війни та слабку передбачуваність майбутніх подій як в Україні так і на міжнародній арені, особливо з