



ТАВРІЙСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ  
АГРОТЕХНОЛОГІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ  
ІМЕНІ ДМИТРА МОТОРНОГО

**Матеріали всеукраїнської  
науково-практичної конференції  
«Сучасні виклики та  
перспективи розвитку  
економіки і бізнесу»  
6 грудня 2023 р.**

**Запоріжжя — 2023**

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
ТАВРІЙСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ АГРОТЕХНОЛОГІЧНИЙ  
УНІВЕРСИТЕТ ІМ. ДМИТРА МОТОРНОГО**



**ФАКУЛЬТЕТ ЕКОНОМІКИ  
ТА БІЗНЕСУ**

**СУЧАСНІ ВИКЛИКИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ  
РОЗВИТКУ ЕКОНОМІКИ І БІЗНЕСУ**

**Матеріали  
Всеукраїнської науково-практичної конференції**

**6 грудня 2023 р.**

**Запоріжжя  
2023**

УДК [33+65+338.48+339.9+355.018](043)

Т 13

**Сучасні виклики та перспективи розвитку економіки і бізнесу:** зб. тез доповідей Всеукраїнської науково-практичної конференції (6 грудня 2023 року, м. Запоріжжя). Запоріжжя: ТДАТУ, 2023.

Збірник містить матеріали учасників Всеукраїнської науково-практичної конференції «Сучасні виклики та перспективи розвитку економіки і бізнесу». У тезах доповідей збірника висвітлено результати досліджень сучасних проблем та перспектив розвитку економіки, бізнесу та туризму в Україні, міжнародних економічних відносин, визначені аспекти сталого розвитку регіонів країни.

Матеріали збірника будуть корисними для викладачів, аспірантів, магістрантів, студентів, фахівців, що працюють за зазначеними напрямками.

*Матеріали публікуються в авторській редакції*

ISBN

© Таврійський державний агротехнологічний  
університет імені Дмитра Моторного, 2023

**Організаційний комітет конференції**

**Колокольчикова І. В.** – голова організаційного комітету, д.е.н., професор, декан факультету економіки і бізнесу ТДАТУ

**Коноваленко А. С.** – заступник голови організаційного комітету, д.е.н., директор Науково-дослідного інституту соціально-економічного розвитку регіону ТДАТУ

**Макаренко П. М.** – член-кореспондент академії НААН України, д.е.н., професор, завідувач кафедри економіки та міжнародних економічних відносин Полтавського державного аграрного університету

**Болтянська Л. О.** – к.е.н., доцент, завідувачка кафедри економіки і бізнесу ТДАТУ

**Сиротюк Г. В.** – к.е.н., доцент Львівського національного університету природокористування

**Власюк Ю. О.** – к.е.н, доцент ВСП Хмельницького політехнічного фахового коледжу Національного університету «Львівська політехніка»

## Зміст

### Секція 1.

#### ЕКОНОМІКА УКРАЇНИ В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ

<b>Болтянський Б. В.</b> ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ЕНЕРГОЕФЕКТИВНОСТІ ТА ЕНЕРГОЗБЕРЕЖЕННЯ	8
<b>Василина О. Р., Лавецький І. О.</b> ОРГАНІЧНЕ ВИРОБНИЦТВО - НАЙБІЛЬШ ПЕРСПЕКТИВНИЙ ІННОВАЦІЙНИЙ НАПРЯМ РОЗВИТКУ АГРАРНОЇ ГАЛУЗІ В УМОВАХ ЄВРОІНТЕГРАЦІЇ	10
<b>Васильченко О. О.</b> ВПЛИВ ФАКТОРІВ МАКРОСЕРЕДОВИЩА НА ДІЯЛЬНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВ СФЕРИ ПОСЛУГ	12
<b>Єрємін І.Л., Голуб Н.О.</b> СУТНІСТЬ ТА КЛАСИФІКАЦІЯ МЕДИЧНОГО СТРАХУВАННЯ	15
<b>Нехай В. В., Іконніков Д.</b> ПРОБЛЕМИ СТВОРЕННЯ ВІТЧИЗНЯНОГО МЕСЕНДЖЕРА	18
<b>Русінова О.Г., Голуб Н.О.</b> КАНАЛИ РЕАЛІЗАЦІЇ СТРАХОВИХ ПОСЛУГ, ЇХ ХАРАКТЕРИСТИКА	20
<b>Салін С. В.</b> ПЕРЕВАГИ БЛОКЧЕЙНУ В ЮРИДИЧНОМУ СЕКТОРІ	22
<b>Селіванова Є.В., Голуб Н.В.</b> СУТНІСТЬ ТА ОСОБЛИВОСТІ СТРАХОВИХ ПОСЛУГ ГРОМАДЯН У РАЗІ НЕЩАСНИХ ВИПАДКІВ	24
<b>Черевко Г. В.</b> ВІЙНА В УКРАЇНІ: НАСЛІДКИ ДЛЯ ГЛОБАЛЬНОЇ ПРОДОВОЛЬЧОЇ БЕЗПЕКИ	27
<b>Яців С. Ф.</b> ПРОБЛЕМИ АКТИВІЗАЦІЇ ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА	29

### Секція 2.

#### ПЕРСПЕКТИВНІ НАПРЯМИ РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ

<b>Братко В. М., Цвілий С. М.</b> РОЛЬ ЦИФРОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ В РОЗВИТКУ ВІТЧИЗНЯНОГО ТУРИЗМУ	32
<b>Демко В. С.</b> ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ МІЖНАРОДНОГО ТУРИЗМУ УКРАЇНИ	34
<b>Демко В. С., Попова А. Г.</b> СВІТОВІ ІННОВАЦІЙНІ ТРЕНДИ В КУЛЬТУРІ ОБСЛУГОВУВАННЯ СПОЖИВАЧІВ ПІДПРИЄМСТВ СФЕРИ ГОСТИННОСТІ	37
<b>Жарченко В. Ю., Цвілий С. М.</b> МОБІЛЬНІ ГІДІ У ЯКОСТІ ТРЕНДУ ЦИФРОВІЗАЦІЇ ІНДУСТРІЇ ТУРИЗМУ	40
<b>Зла Р. А., Демко В. С.</b> РОЗВИТОК КУЛЬТУРНОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ ПІД ЧАС ВІЙНИ	43
<b>Колокольчикова І.В., Лепетченко Д.М.</b> ТУРИСТИЧНА ГАЛУЗЬ: РЕАЛІЇ СЬОГОДЕННЯ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ	45
<b>Кукіна Н. В., Душак А., Душак М.</b> СУЧАСНІ РЕАЛІЇ РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ УКРАЇНИ	47
<b>Оболенцева Л. В., Діасамідзе М. М.</b> ТУРИЗМ ЯК ІНСТРУМЕНТ ВІДНОВЛЕННЯ УКРАЇНИ ПІСЛЯ ВІЙНИ	49
<b>Підлужна О. Б.</b> ЕКОЛОГІЧНИЙ ТУРИЗМ: ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ	50
<b>Пісецький М. М.</b> РОЗВИТОК ТУРИСТИЧНИХ ДЕСТИНАЦІЙ УКРАЇНИ У БЕЗПЕКОВОМУ КОНТЕКСТІ	52

*Секція 3.***ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМНИЦТВА**

<b>Бандура І. І., Сокот О. Є. УДОСКОНАЛЕННЯ ТЕХНОЛОГІЇ ХЛІБО-БУЛОЧНИХ ВИРОБІВ З ВИКОРИСТАННЯМ ЇСТИВНИХ ГРИБІВ ТА ПРОДУКТІВ ЇХНЬОЇ ПЕРЕРОБКИ</b>	57
<b>Болтянська Л. О. ОСОБЛИВОСТІ ІНВЕСТИЦІЙНО-ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ УКРАЇНИ</b>	59
<b>Власюк Ю. О. ДОЦІЛЬНІСТЬ ВПРОВАДЖЕННЯ ЕЛЕМЕНТІВ КАЙДЖЕН У ДІЯЛЬНІСТЬ ВІТЧИЗНЯНИХ ПІДПРИЄМСТВ</b>	61
<b>Єременко А.А., Голуб Н.О. ЕКОНОМІЧНА СУТНІСТЬ, НЕОБХІДНІСТЬ ТА ОСОБЛИВОСТІ СТРАХУВАННЯ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ</b>	63
<b>Завадських Г. М., Кукіна Г. В. ІНВЕСТИЦІЇ В АГРАРНИЙ СЕКТОР: СУЧАСНІ РЕАЛІЇ</b>	66
<b>Завадських Г. М. ІМПАКТ-ІНВЕСТИЦІЇ І СОЦІАЛЬНЕ ПІДПРИЄМНИЦТВО В СТВОРЕННІ СОЦІАЛЬНОГО ВПЛИВУ</b>	68
<b>Завадських Г. М., Ковнацька О. С. РЕЛІЗАЦІЯ КОНЦЕПЦІЇ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ В УМОВАХ ВІЙНИ</b>	70
<b>Зеленецька Д.О., Голуб Н.О. СУТНІСТЬ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ СТРАХОВИКІВ ТА ЇЇ МІСЦЕ І РОЛЬ У СТРАХОВОМУ БІЗНЕСІ</b>	72
<b>Колач С. М., Періг Ю. А. НАПРЯМКИ ФОРМУВАННЯ ЕКОНОМІЧНОГО ПОТЕНЦІАЛУ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ УКРАЇНИ</b>	75
<b>Коноваленко А.С. ЄВРОПЕЙСЬКИЙ ВЕКТОР СТРАТЕГІЧНОГО РОЗВИТКУ БІЗНЕСУ</b>	78
<b>Красномовець В. А. ЕКОЛОГІЧНИЙ МЕНЕДЖМЕНТ: СУТЬ ТА ЗНАЧЕННЯ В ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА</b>	80
<b>Кукіна Н. В., Петлюк Н. І. СУЧАСНИЙ СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ПРОПОЗИЦІЇ СОНЯШНИКУ НА ВНУТРІШНЬОМУ РИНКУ УКРАЇНИ</b>	82
<b>Лисак О. І. ДРОПШИПІНГ ЯК ІНСТРУМЕНТ ОПТИМІЗАЦІЇ БІЗНЕС-ПРОЦЕСІВ В ЕЛЕКТРОННІЙ ТОРГІВЛІ</b>	84
<b>Мельник О. В. МЕТАПРОСТІР ЯК ІННОВАЦІЙНЕ СЕРЕДОВИЩЕ ЦИФРОВИХ ТЕХНОЛОГІЇ НА ФІНАНСОВОМУ РИНКУ УКРАЇНИ</b>	87
<b>Павлова М. Б. БІЗНЕС ПІД ЧАС ВІЙНИ: ВИКЛИКИ ТА МОЖЛИВОСТІ</b>	90
<b>Прус Ю. О., Сафарова А. С. ЗОВНІШНІ ФАКТОРИ ВПЛИВУ НА ЕКОНОМІЧНУ БЕЗПЕКУ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОГО ЗЕМЛЕКОРИСТУВАННЯ</b>	91
<b>Тебенко В. М. РОЗВИТОК ТУРИСТИЧНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА В УКРАЇНІ</b>	93
<b>Черевко І. В. ЗМІНИ КЛІМАТУ ЯК ЧИННИК ДИВЕРСИФІКАЦІЇ НАПРЯМІВ РОЗВИТКУ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОГО ВИРОБНИЦТВА</b>	97

*Секція 4.***ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ СТАЛОГО РОЗВИТКУ РЕГІОНІВ**

<b>Березівський З. П., Кривов'яза В. О. СТРАТЕГІЯ РОЗВИТКУ НАЦІОНАЛЬНОГО ТРАНСФЕРУ ТЕХНОЛОГІЙ</b>	100
---	-----

<b>Козак В. М.</b> СУТНІСНІ АСПЕКТИ ФУНКЦІОНАЛЬНО-РЕСУРСНОЇ СКЛАДОВОЇ ФІНАНСОВОЇ БЕЗПЕКИ СУБ'ЄКТІВ АГРОПРОДОВОЛЬЧОГО РИНКУ В ЦИФРОВІЗОВАНІЙ ЕКОСИСТЕМІ	101
<b>Красномовець В. А., Бойко Н. С.</b> ВПЛИВ СТАНДАРТИЗАЦІЇ НА ЯКІСТЬ ГОТЕЛЬНИХ ПОСЛУГ	104
<b>Ортіна Г. В.</b> ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ БЕЗПЕКИ ЦЕ РЕАЛІЗАЦІЯ СТАЛОГО РОЗВИТКУ	106
<b>Сиротюк Г. В.</b> СУЧАСНІ АСПЕКТИ СТАЛОГО РОЗВИТКУ РЕГІОНІВ УКРАЇНИ	108
<b>Степанюк Р. С.</b> ЧИННИКИ СТІЙКОГО ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ	110

*Секція 5.*

**ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ МІЖНАРОДНИХ ЕКОНОМІЧНИХ ВІДНОСИН**

<b>Волкова О. В.</b> МИТНИЙ КОНТРОЛЬ В ПЕРІОД ВОЄННОГО СТАНУ: ОРГАНІЗАЦІЯ ТА РЕАЛІЗАЦІЯ	115
<b>Костякова А. А., Хома А. Р.</b> СТРАТЕГІЯ СПІВПРАЦІ УКРАЇНИ МІЖ КРАЇНАМИ СВІТУ	118
<b>Почерніна Н. В., Виноградова Д. В.</b> ПРОБЛЕМИ УКРАЇНИ У СФЕРІ МІЖНАРОДНОГО НАУКОВО-ТЕХНІЧНОГО СПІВРОБІТНИЦТВА	121
<b>Почерніна Н. В., Муха В. М.</b> ЗДОБУТКИ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ КРАЇН СВІТУ У РАКУРСІ МІЖНАРОДНИХ ІНДЕКСІВ: УРОКИ ДЛЯ УКРАЇНИ	124
<b>Почерніна Н. В.</b> ПЕРЕВАГИ У ЗОВНІШНІЙ ТОРГІВЛІ ЯК ЗАСІБ ПОЛІТИКИ ВІДНОВЛЕННЯ РЕГІОНІВ	126
<b>Савіцький А. В.</b> УПРАВЛІННЯ ПРИБУТКОВІСТЮ ЕКСПОРТООРІЄНТОВАНИХ ПІДПРИЄМСТВ ТА ЕТАПНІСТЬ ІНТЕГРАЦІЙНИХ ПРОЦЕСІВ	128

### Список використаних джерел

1. Tsviliy S., Gurova D., Zhilko O., Zaitseva V. The role of information technologies in the restoration of the domestic tourism industry in the post-war period. *Artificial intelligence: an era of new threats or opportunities?: monograph*. Czech Rep. Praha: OKTAN PRINT, 2023. P. 179-189.
2. Цвілій С. М., Жилко О. В., Зайцева В. М. Використання цифрових технологій в післявоєнному відновленні індустрії туризму. *Вісник Сумського національного аграрного університету*. 2023. Вип. 3(95). С. 21-25.
3. Маркетинг в туризмі : навч. посібник / С. М. Цвілій, Т. С. Кукліна, В. М. Зайцева. Запоріжжя : НУ «Запорізька політехніка», 2022. 260 с.

## ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ МІЖНАРОДНОГО ТУРИЗМУ УКРАЇНИ

Демко В. С.

*к.е.н., доцент кафедри економіки та бізнесу Таврійського державного агротехнологічного університету імені Дмитра Моторного*

Національні управлінські структури та державні суверенітети зазнають збільшення впливу через наддержавні регіонально-економічні організації, що займають важливе положення в стратегічній глобальній ієрархії. Ці організації все більше визначають геоекономічний простір, формуючи міжнародну економічну доктрину в сфері туризму. Геоекономічний простір туристичної галузі, завдяки економічним атрибутам, виходить за національні межі та змішує внутрішню і зовнішню сфери туристичної діяльності. Це сприяє міжнародному співробітництву в процесі економізації суспільства за допомогою фінансово-економічних інструментів.

Економізація потенціалу міжнародного співробітництва в туристичній галузі є ключовим джерелом трансформації зовнішньоекономічних зв'язків держави з навколишнім світом. Ці зв'язки визначаються діяльністю наднаціональних економічних організацій туристичної галузі та їхньою інтеграцією в рамках Північно-Американського Союзу, Європейського Союзу та Тихоокеанського регіону (АПЕК) як зон нового розвитку. Регіональна інтеграція розглядається як важлива передумова для формування оптимального геоекономічного простору в туристичній галузі.

Створення єдності у світовій системі передбачає формування міжнародної туристичної структури на основі концепції мондіалізму. Цей підхід передбачає необхідність повної інтеграції великої кількості держав, національних економік, туристичних напрямків та культур в один уніфікований туристичний простір з єдиними етнічними та традиційно-культурними межами. Таким чином, потенціал міжнародного співробітництва України у геоекономічному просторі туристичної галузі виявляється у зростаючій взаємозалежності у світі та відсутності транскордонних бар'єрів на шляху розвитку міжнародних економічних відносин, регіоналізації економіки та інтенсифікації співпраці [1, 8].

У 2021 році в Україні відбулося поступове відновлення туристичних потоків шляхом переосмислення маршрутів та збільшення кількості подорожей по всьому світу. Приріст кількості відвідувачів до України склав 9%, прийнято 1.5 мільйонів осіб з різних країн, порівняно з другим півріччям 2020 року. Однак цей показник на 75% менший порівняно з рівнем 2019 року, коли кількість іноземних гостей становила майже 6 мільйонів осіб. Великий приріст туристів був зафіксований в другому кварталі 2021 року, їхня кількість в 4.0 рази перевищила аналогічний період 2020 року і склала 3.4 мільйона осіб [1, 8].

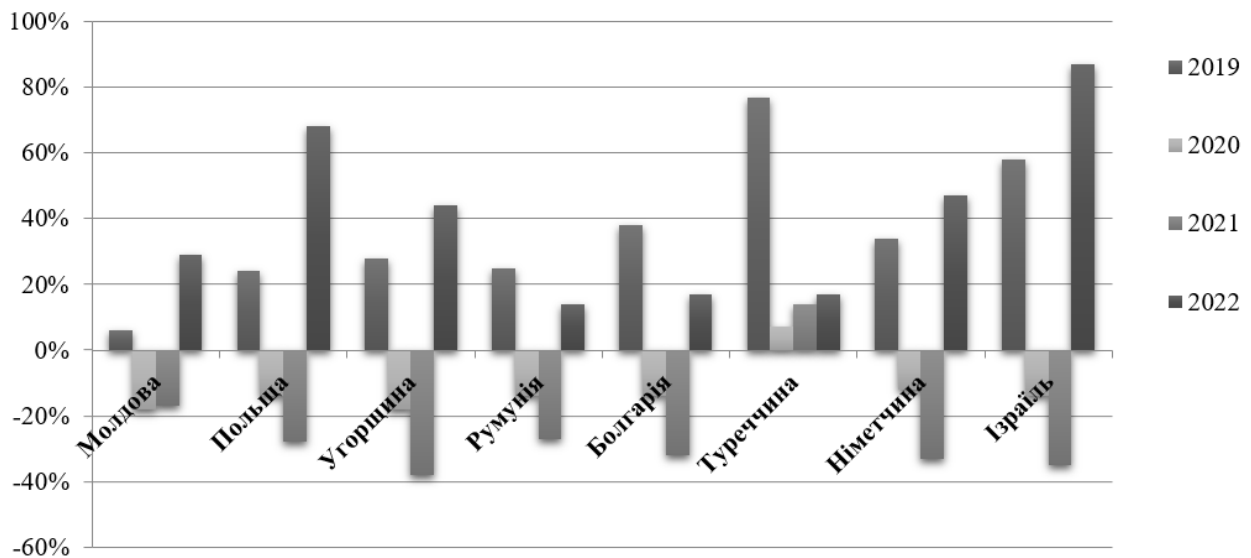
У 2021 році кількість туристів із Саудівської Аравії, які відвідали Україну, значно зросла в 40 разів, досягнувши 14 тисяч осіб, у порівнянні з 2020 роком, коли країну відвідало лише 350 громадян. Кількість туристів із США збільшилася на 69,6%, до 34 тисяч осіб, із Ізраїлю — на 26% до 26,6 тисяч туристів. Зафіксовано також значний приріст кількості туристів із Вірменії



(100%, 7 тисяч осіб), Грузії (приблизно 40%, 15,5 тисяч осіб) і Азербайджану (67%, 16 тисяч осіб). Країни, такі як Молдова (368 тисяч осіб), Румунія (109 тисяч осіб) та Туреччина (93 тисячі осіб), продовжують залишатися привабливими ринками туристичних послуг для українських туристів. Зазначимо, що серед іноземців, які відвідують Україну, 70% європейців (зменшення на 10% у порівнянні з 2020 роком), 24% представників країн Азійського регіону (збільшення на 8% у порівнянні з 2020 роком), 2,8% громадян Північної Америки та лише 1,7% громадян Африканського континенту. [6, 7,8].

Протягом перших шести місяців 2021 року кількість українських туристів, які подорожували за кордон, зростає на 15% (5,7 мільйонів осіб) у порівнянні з 2020 роком. Серед популярних туристичних напрямків для українців виділяються Туреччина (з 774 тисячами осіб) та Єгипет (збільшення на 88% до 705 тисяч осіб). До нових туристичних центрів для українців входить Домініканська Республіка (зростання в 2,4 рази). Серед інших країн можна відзначити Катар (11,5 тисяч осіб), Мальдіви (10 тисяч відвідувачів, що дорівнює кількості українців, які відвідали Францію), Танзанію (7 тисяч відвідувачів), Шрі-Ланку (2,5 тисяч відвідувачів) та інші [6, 7,8].

У новій реальності туризму 2021 року на перший план висувуються не лише вартість туру та особисті вподобання, але й карантинні обмеження, правила в'їзду до країни та ситуація з поширенням COVID-19.(рис. 1).



**Рис. 1. Темпи падіння послуг наданих суб'єктами туристичної галузі України на міжнародному ринку за 2019-2022 рр., %**

*Джерело: побудовано авторами за даними [2-6]*

Загальна вартість путівок, які були реалізованими туроператорами та турагенствами у 2021 р. становила 1.19 млн. USD, що на 53% нижче ніж порівняно з 2020 р., вартість в якому становила 2.54 млн. USD (рис. 2).

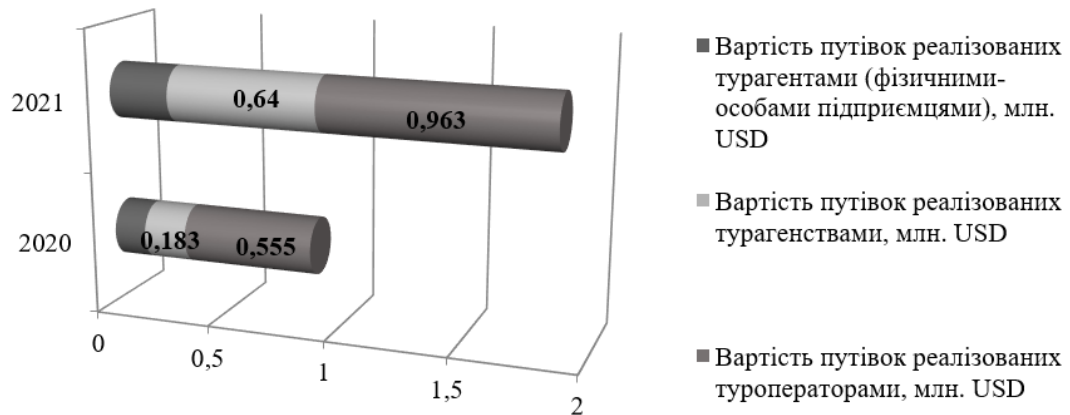


Рис. 2. Динаміка сумарної вартості турпутівок, які були реалізованими туроператорами та турагенствами за 2019-2020 рр.

Джерело: побудовано авторами за даними [2-6,]

Отже, військові конфлікти в Україні ускладнюють розвиток економічної моделі потенціалу міжнародного туризму, що призводить до обмеження можливостей для розширення територіального охоплення локально-регіональних систем. Коли гео економічний простір туристичної галузі досягає своєї межі, спостерігається деградація, виражена у скороченні займаної території.

Враховуючи особливості територіальної організації потенціалу міжнародного туризму в Україні та різноманітність рівнів розвитку туристичних напрямків, пропонується узагальнена полікультурна форма функціонування туристичної галузі в гео економічному просторі міжнародного туристичного ринку. Для кожного туристичного макрорегіону можна визначити відповідне інтеграційне ядро, що представлятиме собою державу або групу країн, що соціально-економічно об'єднані в туристичні продукти на перетині локально-регіональних та макрорегіональних систем.

Створення стратегічного управління в локально-регіональних системах України, спрямованого на ефективне використання залучених прямих іноземних інвестицій від партнерів макрорегіональних систем Європи, може стати ключовим для підвищення продуктивності праці, зміцнення економічного зростання та розширення міжнародного туризму. Особливий акцент робиться на наблизенні співпраці з європейськими туристичними компаніями та створенні близько 4.3 млн. робочих місць, що складатиме 5% від загальної зайнятості в країні. Такий підхід може призвести до зростання просування українських туристичних продуктів на міжнародних ринках на 21% та збільшення доданої вартості послуг в цих країнах на 19%.

#### Список використаних джерел:

1. Демко В. С., Свиноус І. В. Потенціал міжнародного співробітництва України в гео економічному просторі туристичної галузі. *Збірник наукових праць Таврійського державного агротехнологічного університету імені Дмитра Моторного (економічні науки)*. 2023. № 2(48). С. 52-57.

2. International tourism, expenditures. URL: <https://data.worldbank.org/indicator/ST.INT.XPND.MP.ZS?view=chart> (дата звернення 21.11.2023).

3. International tourism, expenditures for passenger transport items. URL: <https://data.worldbank.org/indicator/ST.INT.TRXN.CD> (дата звернення 21.11.2023).

4. International tourism, expenditures for travel items. URL: <https://data.worldbank.org/indicator/ST.INT.TVLX.CD> (дата звернення 21.11.2023).
5. International tourism, receipts. URL: <https://data.worldbank.org/indicator/ST.INT.RCPT.XP.ZS?view=chart> (дата звернення 21.11.2023).
6. Tourist portal of Ukraine. URL : <http://www.stejka.com/ukr> (дата звернення 21.11.2023).
7. Tourist streams. URL: [http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2007/tyr/tyr\\_u/potoki2006\\_u.htm](http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2007/tyr/tyr_u/potoki2006_u.htm) (дата звернення 21.11.2023).
8. Tsviliy S. M., Ogloblina V. O., Demko V. S., Pavliuk A. A., & Pisetskyi M. M. (2023). Potential of international cooperation of Ukraine in the geoeconomic space of the tourist industry. *GeoJournal of Tourism and Geosites*. 2023. Vol. 49(3). P. 946–961. <https://doi.org/10.30892/gtg.49311-1095>.

## **СВІТОВІ ІННОВАЦІЙНІ ТРЕНДИ В КУЛЬТУРІ ОБСЛУГОВУВАННЯ СПОЖИВАЧІВ ПІДПРИЄМСТВ СФЕРИ ГОСТИННОСТІ**

**Демко В. С.**

*к.е.н., доцент кафедри економіки та бізнесу Таврійського державного агротехнологічного університету імені Дмитра Моторного*

**Попова А. Г.**

*здобувач вищої освіти ОКР «Магістр» спеціальності 242 «Туризм» Таврійського державного агротехнологічного університету імені Дмитра Моторного*

Культура обслуговування споживачів в готельно-ресторанній галузі є непохитною, але інновації в цьому секторі не стоять на місці.

Однією з ключових тенденцій є впровадження технологій штучного інтелекту (ШІ) для поліпшення обслуговування клієнтів. Аналіз поведінки клієнтів, персоналізовані рекомендації та автоматизація бронювань - усе це допомагає підвищити рівень задоволення гостей.

Ще однією важливою тенденцією є сталий розвиток концепції "готелів майбутнього". Сучасні споживачі все більше цінують екологічність та сталість. Готелі впроваджують енергоефективні технології, системи управління водою та відходами, а також пропонують страви зі сталим виробництва.

Іншим важливим аспектом є фокус на здоровому харчуванні та індивідуальних дієтичних потребах. Готелі та ресторани надають розширений вибір здорових страв, враховуючи алергії та дієтичні обмеження.

У культурі обслуговування також важливою стає інтерактивність. Використання віртуальної реальності та розширеної реальності для створення неповторних вражень для гостей - це ще одна інновація, яка здобуває популярність.

Ці тенденції свідчать про те, що готельно-ресторанна галузь стрімко розвивається, а інновації в галузі обслуговування стають не тільки сучасними, але й необхідними для відповіді на змінні потреби споживачів (рис. 1).

Технології штучного інтелекту (ШІ) грають важливу роль в удосконаленні обслуговування клієнтів в сфері гостинності. Ось деякі засоби, які використовуються:

- Персоналізовані рекомендації: прикладом можуть бути системи ШІ, які можуть аналізувати попередні вибори та переваги гостей для створення персоналізованих рекомендацій. Наприклад, гість, який регулярно замовляє певний вид страви, може отримувати спеціальні пропозиції чи знижки на цей вид страви.