

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
ІНСТИТУТ МОДЕРНІЗАЦІЇ ЗМІСТУ ОСВІТИ  
МІНІСТЕРСТВО КУЛЬТУРИ ТА ІНФОРМАЦІЙНОЇ ПОЛІТИКИ УКРАЇНИ  
КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ  
КУЛЬТУРИ І МИСТЕЦТВ  
КИЇВСЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ КУЛЬТУРИ  
НАВЧАЛЬНО-НАУКОВИЙ ІНСТИТУТ  
КИЇВСЬКОГО НАЦІОНАЛЬНОГО УНІВЕРСИТЕТУ КУЛЬТУРИ І МИСТЕЦТВ  
КАФЕДРА ТУРИЗМУ  
ЛЬВІВСЬКОГО НАЦІОНАЛЬНОГО УНІВЕРСИТЕТУ ІМЕНІ ІВАНА ФРАНКА  
EUROPEAN INSTITUTE OF FURTHER EDUCATION (СЛОВАЦЬКА РЕСПУБЛІКА)  
WYŻSZA SZKOŁA TURYSTYKI I JEZYKÓW OBCYCH W WARSZAWIE (WSTIJO)  
(РЕСПУБЛІКА ПОЛЬЩА)  
EMBASSY OF HUNGARY, DEPARTMENT OF ECONOMIC AFFAIRS (УГОРЩИНА)  
МІЖНАРОДНА ТОРГІВЕЛЬНА ПАЛАТА ICC UKRAINE  
АСОЦІАЦІЯ ІНДУСТРІЇ ГОСТИННОСТІ УКРАЇНИ  
НАЦІОНАЛЬНА ТУРИСТИЧНА ОРГАНІЗАЦІЯ УКРАЇНИ  
АСОЦІАЦІЯ КУЛІНАРІВ УКРАЇНИ  
АСОЦІАЦІЯ СОМЕЛЬЄ УКРАЇНИ  
ФАКУЛЬТЕТ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО І ТУРИСТИЧНОГО БІЗНЕСУ

# ГОСТИННІСТЬ, СЕРВІС, ТУРИЗМ: ДОСВІД, ПРОБЛЕМИ, ІННОВАЦІЇ

## ІХ МІЖНАРОДНА НАУКОВО-ПРАКТИЧНА КОНФЕРЕНЦІЯ

14-15 квітня 2022 рік

Реєстрація Міністерства освіти і науки України  
Лист № 1/-10-2162 від 21.09.2021

Тези доповідей

КИЇВ 2022

## ГОСТИННІСТЬ, СЕРВІС, ТУРИЗМ: ДОСВІД, ПРОБЛЕМИ, ІННОВАЦІЇ

<i>Полінкевич О.М.</i>	<i>Сучасні тенденції розвитку індустрії гостинності</i>	<b>49</b>
<i>Гуць В.С., Коваль О.А.</i>	<i>Розділення рідких фруктових суспензій в центрифугах</i>	<b>51</b>
<i>Доник О.І., Постова В.В.</i>	<i>Кейтеринг як інноваційна послуга у ресторанному бізнесі</i>	<b>54</b>
<i>Миронов Ю.Б.</i>	<i>Сучасні тенденції розвитку ресторанних технологій</i>	<b>56</b>
<i>Павлюк С.І.</i>	<i>Антикризовий менеджмент галузі туризму: виклики сьогодення</i>	<b>58</b>
<i>Русавська В.А.</i>	<i>Управління безпечністю харчової продукції на засадах принципів HACCP</i>	<b>62</b>
<i>Сичова А.О., Запорожець В.В.</i>	<i>Емоційне вигорання у закладах гостинності: моделі моніторингу</i>	<b>66</b>
<i>Тонких О.Г., Шевченко Д.І.</i>	<i>Особливості аналізу маркетингової діяльності об'єкта ресторанного бізнесу</i>	<b>69</b>
<i>Тютюнник Г.О.</i>	<i>Відновлення та розвиток сучасних міст України в контексті світових трендів</i>	<b>71</b>

### **Секція 2. СТРАТЕГІЧНІ НАПРЯМИ ФОРМУВАННЯ ТА РОЗВИТКУ НАЦІОНАЛЬНОГО ТУРИСТИЧНОГО ПРОДУКТУ**

<i>Антоненко В.С., Хуткий В.О., Підберезна С.В.</i>	<i>Цифрові технології та канали соціальних медіа в туристичному сервісі</i>	<b>76</b>
<i>Антонюк К.Г.</i>	<i>Зміст та характеристика підходів до визначення інвестиційної привабливості туризму</i>	<b>78</b>
<i>Альбещенко О.С.</i>	<i>Управління розвитком туристично-готельного підприємництва в об'єднаних територіальних громадах</i>	<b>81</b>
<i>Боруцька Ю.З.</i>	<i>Сільський зелений туризм – як один із особливих різновидів альтернативного туризму та рекреації в Україні</i>	<b>82</b>

Епідемія коронавірусу COVID-19 стала справжнім випробуванням для музеїв і галерей по всьому світу. Прискорена оцифровка колекцій вимагає роботи кураторів з усього світу, але завдяки цьому користувачі Інтернету можуть здійснювати інтерактивні і пізнавальні поїздки в кращі галереї та музеї.

Більше 1000 музеїв в одному місці. Arts & Culture – це підприємство Google, яке розроблялося впродовж 9 років і спочатку підтримувало 17 музеїв, таких же відомих і значущих, як галерея Уффіці у Флоренції, мережа галерей Тейт або столичний музей мистецтв з Нью-Йорка. Сьогодні в списку музейних установ, що співпрацюють з спеціалізованими закладами щодо оцифрування та створення віртуальних турів, можна знайти більше 1200 філій з усього світу. Безкоштовно можемо використовувати, серед іншого, ресурси 29 музеїв з Польщі та України. Ми можемо відвідати також Паризький музей д'Орсе, Рейксмузеум з Амстердама, побачити фотоколекції з журналу Life, ресурси Британського музею і практично все, що переживе навіть найдовший карантин. Американський Смітсонівський інститут, комплекс музеїв і дослідницьких центрів, виклав в кінці лютого майже 3 млн. фотографій і матеріалів в колекціях 17 підлеглих йому установ. Музеї авіації та космічних польотів, пошти і філателії, африканського або азійського мистецтва можуть забезпечити захоплюючу подорож по американській історії [1].

### **СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ**

1. Андрощук Г. COVID-19 і музеї: економічний вплив, цифровізація, комунікація, безпека. (2020.22.06). URL:<https://yur-gazeta.com/publications/practice/inshe/covid19-i-muzeyi-ekonomichniy-vpliv-cifrovizaciya-komunikaciya-bezpeka.html>
2. Антоненко В., Хуткий В. Самостійний туризм як альтернатива організованому туризму: переваги, виклики, загрози. *Вісник КНУКІМ. Серія: Туризм наук.* зб. Київ : Вид. центр КНУКІМ, 2018. № 2. С. 67-79. Вилучено з <http://tourism.knukim.edu.ua/article/view/154440/159931>
3. Digitalisation and EU tourism survey report – European Commission. – Вилучено з [http://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/IDAN/2017/568343/EPRS\\_IDA\(2017\)](http://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/IDAN/2017/568343/EPRS_IDA(2017))

*Антонюк К.Г., асистент кафедри туризму  
та готельно-ресторанної справи,  
Вінницький торговельно-економічний інститут  
Державного торговельно-економічного університету,  
Вінниця, Україна  
ORCID ID: 0000-0003-4566-7792*

### **ЗМІСТ ТА ХАРАКТЕРИСТИКА ПІДХОДІВ ДО ВИЗНАЧЕННЯ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ПРИВАБЛИВОСТІ ТУРИЗМУ**

Важливу роль в економічному зростанні будь-якої країни відіграють інвестиції. Неможливо уявити розвиток економіки, ефективного її функціонування, стабільність та зростання без інвестицій. Велику роль при вкладанні коштів відіграє інвестиційна привабливість того чи іншого об'єкта інвестування. Це

## ГОСТИННІСТЬ, СЕРВІС, ТУРИЗМ: ДОСВІД, ПРОБЛЕМИ, ІННОВАЦІЇ

стосується і сфери туризму. Постійне зростання інвестиційної привабливості цієї галузі формує її перспективність розвитку та прибутковість.

Поняття «інвестиційна привабливість» є складним і нечітким. Зокрема, економісти Сидор Г. та Давидовська Г. визначають інвестиційну привабливість регіону як якісні та кількісні характеристики об'єкта, який імовірно інвестуватиме в певний момент часу, за об'єктивними та суб'єктивними факторами, що впливають на рішення інвестора інвестувати в об'єкт [3, с. 187].

Фесенко Г. та Алещенко Л., розглядають інвестиції в туристичній галузі як використання фінансових ресурсів у вигляді поточних і довгострокових вкладень з метою отримання бажаного прибутку як всередині країни, так і за кордоном [4].

Інвестиційна привабливість як сукупність об'єктивних і суб'єктивних умов, що сприяють або перешкоджають економічному інвестиційному процесу на мікро-, мезо- та макрорівнях, визначених такими вченими, як Коренюк П. та Копиль О., має певну загальну природу та носить дещо загальний характер не враховуючи специфіку туристичної галузі [2].

Інвестиційна привабливість туристичної галузі має також свої особливості з огляду на інвестиційний інструментарій та підходи до вкладання коштів у дану галузь (рис.1).



Рис. 1. Підходи до інвестування туристичної галузі  
Джерело: сформовано автором

## ГОСТИННІСТЬ, СЕРВІС, ТУРИЗМ: ДОСВІД, ПРОБЛЕМИ, ІННОВАЦІЇ

Аналізуючи рис.1, можна зробити висновок, що інвестиційне забезпечення туризму доцільно розглядати у двох аспектах: мікро- та макрорівень. В подальшому дослідженні аналітичних показників, доцільним є аналіз інвестування туризму саме на макрорівні, оскільки буде здійснюватися аналіз саме на регіональному (обласному) рівні та використовуватиме три підходи до інвестиційного забезпечення туризму: процес, метод, рішення.

Зважаючи на особливості туризму, варто враховувати і специфічність інвестиційної діяльності в туризмі. У сфері туризму можуть існувати форми і методи інвестування, які не піддаються приведенню до комерційних показників вигоди. Розширення меж поняття інвестування в туризмі дозволить інакше оцінювати інвестиційні можливості, робити їх більш привабливими [5].

Формування інвестиційних ресурсів передбачає безупинне освоєння інвестицій, що вимагає законодавчо закріпленого оформлення ресурсів, які надходять і освоюються на підприємстві. Саме тому, серед найбільш важливих етапів формування системи інвестиційного забезпечення є: формування мети, вибір об'єктів інвестування, визначення критеріїв та обмежень, постановка завдань, визначення суб'єктів, формування інструментарію, здійснення заходів [1, с. 116].

Незважаючи на значну кількість наукових досліджень з проблем інвестування сфери туризму, поки що залишаються невирішеними питання теоретичних і практичних аспектів активізації інвестиційної діяльності, особливо, в плані формування ефективного механізму залучення інвестиційних ресурсів, особливості інвестиційного процесу, розширення кола інструментів фінансового забезпечення інвестиційної діяльності підприємств сфери туризму.

Інвестування сфери туризму є важливою умовою розвитку туристичних ринків, розширення їх можливостей і масштабів, поліпшенні якості послуг, що надаються. Інвестиції відіграють важливу роль в управлінні розвитком туризму як у країні загалом, так і в регіонах.

### **СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ**

1. Денисенко М., Гречан, А., Гаман, М. Провайдинг інновацій. *Видавничий дім «Професіонал»*. 2014. № 3. С. 112–118.
2. Коренюк П., Копил О. Концептуальні підходи та методи визначення інвестиційної привабливості національної економіки. *Економічний часопис Східноєвропейського національного університету імені Лесі Українки*. 2018. Вилучено з [http://nbuv.gov.ua/UJRN/echscenu\\_2018\\_2\\_10](http://nbuv.gov.ua/UJRN/echscenu_2018_2_10).
3. Сидор Г., Давидовська Г. Інвестиційна привабливість регіонів. *Сталий розвиток економіки*. 2015. № 2 (27). С. 184–189.
4. Фесенко Г., Алещенко Л. Інвестиційна складова ефективного розвитку туристичного бізнесу. *Ефективна економіка* Вилучено з [http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/12\\_2020/202.pdf](http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/12_2020/202.pdf).
5. Школа І. Інвестиційна діяльність в туристичній індустрії Вилучено з <https://buklib.net/books/33250/>.