

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
ХАРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ПЕДАГОГІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ  
ІМЕНІ Г.С. СКОВОРОДИ  
КАФЕДРА СУСПІЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИХ ДИСЦИПЛІН І ГЕОГРАФІЇ  
ОБЛАСНИЙ КОМУНАЛЬНИЙ ЗАКЛАД "ХАРКІВСЬКИЙ ОРГАНІЗАЦІЙНО-  
МЕТОДИЧНИЙ ЦЕНТР ТУРИЗМУ"  
МЕЛІТОПОЛЬСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ ПЕДАГОГІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ  
ІМЕНІ БОГДАНА ХМЕЛЬНИЦЬКОГО**

## **ГЕОГРАФІЯ ТА ТУРИЗМ**

**Матеріали VII Всеукраїнської  
науково-практичної Інтернет-конференції  
Харківського національного педагогічного університету  
імені Г.С. Сковороди  
(28 лютого 2024 р., м. Харків)**



**Харків  
2024**

**Міністерство освіти і науки України  
Харківський національний педагогічний університет імені Г.С. Сковороди  
Кафедра суспільно-економічних дисциплін і географії  
Обласний комунальний заклад  
«Харківський організаційно-методичний центр туризму»  
Мелітопольський державний педагогічний університет  
імені Богдана Хмельницького**

## **ГЕОГРАФІЯ ТА ТУРИЗМ**

**Матеріали VII Всеукраїнської  
науково-практичної Інтернет-конференції  
Харківського національного педагогічного університету  
імені Г.С. Сковороди  
(28 лютого 2024 р., м. Харків)**

**Харків 2024**

УДК: 338.48:911: 322: 314.1: 37:502:551:63: 504:379.852:811

**Рецензенти:**

**Денисик Г. І.**, д.г.н., професор,  
Вінницький державний педагогічний університет імені Михайла Коцюбинського  
**Маховка В.М.**, к.е.н. доцент,  
Національний університет "Полтавська політехніка імені Юрія Кондратюка"

**Редакційна колегія:**

**О.О. Ніколаєнко** – д.і.н, професор, Харківський національний педагогічний університет імені Г.С.Сковороди; **С. В. Гришко** - к.г.н, доцент, Мелітопольський державний педагогічний університет імені Богдана Хмельницького; **О.О. Зеленько** - к.е.н, доцент, Харківський національний педагогічний університет імені Г.С. Сковороди; **Л.І. Полякова** – к.і.н., доцент, Мелітопольський державний педагогічний університет імені Богдана Хмельницького; **П.І. Лоцман** – к.г.н, доцент, Харківський національний педагогічний університет імені Г.С. Сковороди; **Ю.І. Муромцева** – к.е.н., доцент, Харківський національний педагогічний університет імені Г.С. Сковороди; **В.Д. Холодок** – к.наук з держ управління, ОКЗ "Харківський організаційно-методичний Центр Туризму"; **С.В. Некос** – к.г.н, доцент Харківський національний педагогічний університет імені Г.С. Сковороди; **Т.Г. Гуцан** – к.п.н., доцент Харківський національний педагогічний університет імені Г.С. Сковороди; **Т.С. Коптєва** – доктор філософії з природничих наук, доцент Харківський національний педагогічний університет імені Г.С. Сковороди.

*Затверджено редакційно-видавничою радою Харківського національного педагогічного університету імені Г.С.Сковороди  
протокол № 3 від 20.03.2024*

Географія та туризм: Матеріали VII Всеукраїнської науково-практичної Інтернет-конференції Харківського національного педагогічного університету імені Г.С. Сковороди (28 лютого 2024 р., м. Харків) / за заг. ред. Лоцмана П. І. Харків: ХНПУ ім.Г.С.Сковороди, 2024. – 598 с.

У збірнику представлено матеріали, присвячені актуальним питанням сучасної географічної науки та туризмознавства.

Розглянуто освітні тенденції у галузях географії та туризму у світі й Україні, проблеми природничої географії, висвітлення реалізації Сталого розвитку в екологічній, економічній та соціальній сферах, розглянуто питання про стан і розвиток туризму в світі й Україні, перспективі післявоєнного відновлення і використання туристичних ресурсів, природної та культурно-історичної спадщини України.

Для викладачів, аспірантів, магістрів, студентів вищих навчальних закладів та інших зацікавлених осіб.

Автори опублікованих матеріалів несуть повну відповідальність за підбір, точність наведених фактів, цитат, статистичних даних, галузевої термінології, наявність плагіату, імен власних та інших відомостей.

© Колектив авторів, 2024

© Харківський національний педагогічний університет імені Г.С.Сковороди, 2024

<b>Розділ 5. Перспективи розвитку туристичної галузі в Україні й світі</b>	<b>406</b>
<i>Р. С. Зубков</i> ОСОБЛИВОСТІ РОЗВИТКУ СВІТОВОЇ ТУРИСТИЧНОЇ ГАЛУЗІ	406
<i>Н. М. Чорна</i> НОВІТНІ КОМУНІКАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ ТА ЇХ МІСЦЕ В ДІЯЛЬНОСТІ ТУРИСТИЧНИХ ПІДПРИЄМСТВ	410
<i>V. Matsuka, M. Horbashevska</i> MODELS OF STATE REGULATION OF TOURISM DEVELOPMENT: GLOBAL EXPERIENCE	415
<i>К. Naumik-Gladka, N. Levchenko</i> TRENDS IN THE EVOLUTION OF TOURISM INDUSTRY	423
<i>Поручинська І. В.</i> СВІТОВІ ВИННІ БРЕНДИ ЯК ФАКТОР РОЗВИТКУ ВИННОГО ТУРИЗМУ	427
<i>І. А. Арсененко, І. А. Донець, Л. М. Донченко, С. О. Єрмак</i> ШТУЧНИЙ ІНТЕЛЕКТ: ІННОВАЦІЙНА ТЕХНОЛОГІЯ ОРГАНІЗАЦІЇ ТУРИСТИЧНОГО ПРОЦЕСУ	431
<i>К. Naumik-Gladka, A. Osmukha</i> TENDENCES OF THE GLOBAL TOURISM SECTOR: A COMPARATIVE PERSPECTIVE WITH ENHANCED FOCUS ON CIRCULAR ECONOMIC PRINCIPLES AND UKRAINE	438
<i>В. П. Яременко, О. М. Король</i> БРЕНДИНГ У ФОРМУВАННІ ТУРИСТСЬКО-РЕКРЕАЦІЙНОЇ ПРИВАБЛИВОСТІ ТЕРИТОРІЇ	440
<i>В. С. Пацюк, А. І., Василенко, В. Ю. Святецький</i> ВОЛОНТЕРСЬКИЙ ТУРИЗМ: КОНЦЕПТУАЛЬНІ ЗАСАДИ	447
<i>В. І. Поручинський</i> ОБЕРТУРИЗМ ЯК ОСОБЛИВІСТЬ СУЧАСНОГО УРБОТУРИЗМУ	453
<i>Т. І. Ткаченко, О. Є. Козоріз</i> ІНКЛЮЗИВНИЙ РОЗВИТОК І ЗАЙНЯТІСТЬ В ТУРИЗМІ: НАСЛІДКИ ВІЙНИ В УКРАЇНІ	456
<i>A. Protsenko, O. Kotova, V. Tsybulska, H. Sukhanova</i> SPORTS AND HEALTH TOURISM AS A MEANS OF PHYSICAL RECREATION	462
<i>Л. І. Стешенко, І. А. Савченко</i> ТУРИЗМ ПІД ЧАС ВІЙНИ: ДОСВІД ІЗРАЇЛЮ ТА УКРАЇНИ	467
<i>S. Karpenko, Yu. Muromtseva</i> CREATIVE INDUSTRY AND TOURISM IN UKRAINE: PROSPECTS AND DIRECTIONS FOR DEVELOPMENT	471
<i>N. Yukhno</i> THE IMPACT OF E-COMMERCE ON THE MODERN CHINESE ECONOMY AND ITS PART OF TOURISM IN CHINA	475
<i>І. М. Луцик, Х.М. Терлецька</i> РОЛЬ ТУРИЗМУ В ЗБЕРЕЖЕННІ ТРАДИЦІЙ ТА КУЛЬТУРИ УКРАЇНИ	479
<i>Т. М. Продаєвич, В. А. Красномовець</i> ТЕНДЕНЦІЯ РОЗВИТКУ СПА В УКРАЇНІ ТА СВІТІ	482
<i>М. В. Панченко</i> ВІРТУАЛЬНИЙ ТУРИЗМ: МОЖЛИВОСТІ ТА ПЕРСПЕКТИВИ ЙОГО ВИКОРИСТАННЯ В УКРАЇНІ	486
<b>Розділ 6. Рекреаційно-туристичний потенціал України та його відновлення і використання</b>	<b>490</b>
<i>С. В. Гаврилюк</i> МУЗЕЇ В СИСТЕМІ КУЛЬТУРНОГО ТУРИЗМУ	490
<i>О. С. Гончарова</i> ТУРИЗМ В ЕПОХУ ВОЄН: ДОСЛІДЖЕННЯ ІСТОРИЧНОГО ДОСВІДУ	496

важливої інформації, такої як мапи, графіки рейсів та розклади екскурсій, прямо зі своїх смартфонів [2].

Загалом, посилення залежності від онлайн-ресурсів перетворює спосіб, яким туристи планують, бронюють та досліджують свої подорожі. Ці тенденції підкреслюють важливість для туристичних компаній та організацій бути присутніми в онлайн-середовищі та надавати високоякісні та зручні цифрові послуги для своїх клієнтів.

#### *Література.*

1. Журба І., Несторишен І. Аналіз показників індустрії туризму в Україні та світі: проблеми та перспективи розвитку. *Development Service Industry Management*. 2023. № 1. С. 50–55. DOI: [https://doi.org/10.31891/dsim-2023-1\(5\)](https://doi.org/10.31891/dsim-2023-1(5))
2. Москвяк, Я.. Європейський досвід у розвитку та просуванні ділового туризму в туристичній сфері України. *Development Service Industry Management*, (3), 40–46. [https://doi.org/10.31891/dsim-2023-3\(6\)](https://doi.org/10.31891/dsim-2023-3(6))
3. Мугиль К. М. Тенденції розвитку міжнародного ринку туристичних послуг. *Економіка та держава*. 2022. № 5. С. 110–114. DOI: 10.32702/2306-6806.2022.5.110

**УДК 338.48**

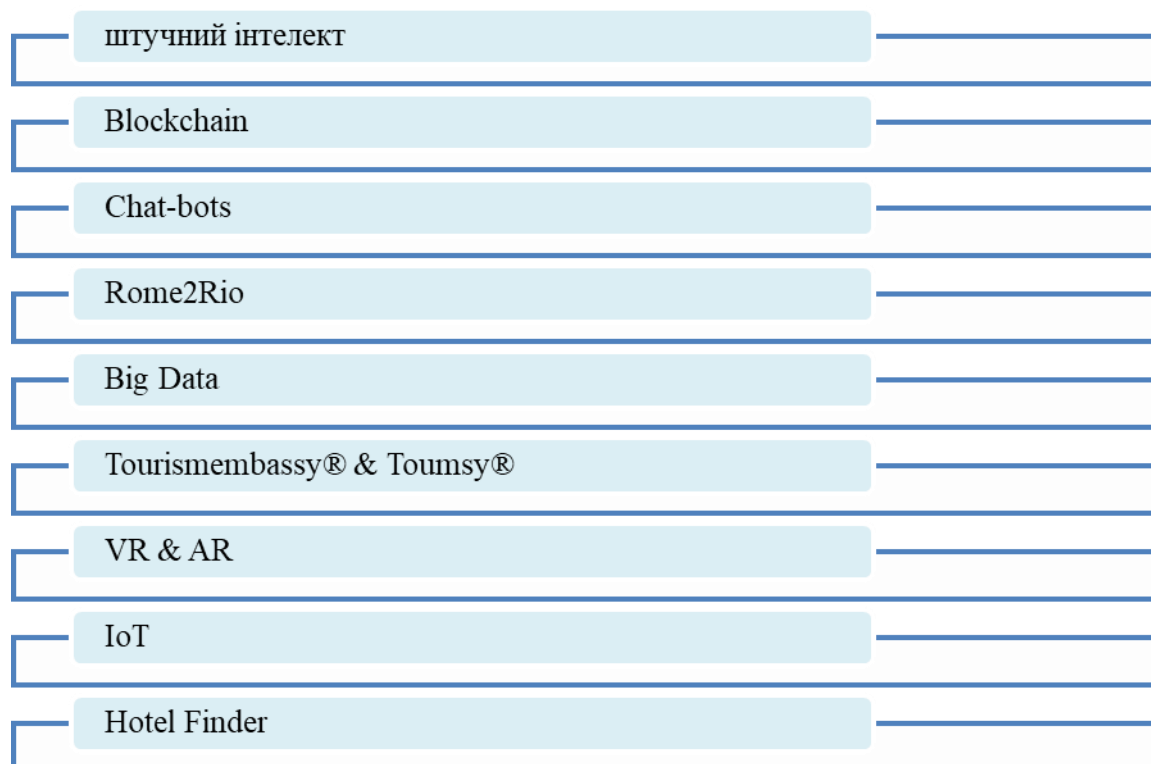
*Наталія Миколаївна Чорна,  
д-р істор. наук, професор, завідувач кафедри  
туризму та готельно-ресторанної справи  
Вінницький торговельно-економічний інститут ДТЕУ,  
м. Вінниця*

## **НОВІТНІ КОМУНІКАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ ТА ЇХ МІСЦЕ В ДІЯЛЬНОСТІ ТУРИСТИЧНИХ ПІДПРИЄМСТВ**

Під новітніми комунікаційними технологіями розуміють ті технології, які ґрунтуються на використанні сучасних розробок науки і техніки та спрямовуються на оптимізацію взаємодії між усіма учасниками комунікаційного процесу.

Ера цифрових технологій, сучасниками якої ми є, характерна появою великої кількості різноманітних новітніх технологій та швидким їх упровадженням їх у різні сфери суспільного життя.

Звернувшись до наукового доробку українських та зарубіжних фахівців, а також завдяки власним спостереженням, нами було виокремлено характерні сучасному туристичному ринку новітні комунікаційні технології (Рис. 1).



**Рисунок 1 – Новітні комунікаційні технології на туристичному ринку**

[1, 2]

Проаналізуємо можливості застосування новітніх комунікаційних технологій туристичними підприємствами:

– штучний інтелект (ШІ) – це один з розділів інформатики, в межах якого ставляться та вирішуються задачі апаратного і програмного моделювання тих видів діяльності людини, які традиційно вважаються інтелектуальними (творчими). Ключовою характеристикою ШІ є здатність постійно навчатися, накопичувати знання і успішно застосовувати їх, що традиційно вважалося притаманним виключно людському мозку.

Застосування ШІ в туризмі спроможне суттєво спростити вибір послуг перевізників, зекономити час та сили при плануванні подорожей. Відомо, що ШІ спроможний самостійно забронювати квиток на потяг чи літак, оформити замовлення в ресторані, замовити послуги екскурсовода. Пам'ятаючи зміст попереднього вибору користувача, ШІ здатний підібрати найбільш актуальну для нього пропозицію;

– Blockchain – це децентралізована база даних, яка містить інформацію про всі транзакції, проведені учасниками системи. Важливо, що всі записи в Blockchain зберігаються у вигляді ланцюжка послідовних блоків, пов'язаних між собою спеціальними ключами, і кожен новий блок містить інформацію про попередній.

Технологія Blockchain, до прикладу, уможлиблює взаємозв'язок авіакомпанії, аеропорту, туристичного підприємства і туриста з тим, аби чітко передавати дані від одного каналу до іншого і безпомилково визначати, на якому етапі перебуває багаж, а в разі його втрати, – де та яким чином його можна знайти. Технологія Blockchain дозволяє також брати участь у програмах лояльності, здійснювати миттєві платежі, реалізовувати ідентифікацію особистості. Blockchain дедалі частіше використовують для зберігання інформації про якість готелів та ресторанів, для обробки транзакцій за купівлю квитків та оренду житла, ін;

– Chat-bots – це комп'ютерна програма, розроблена на основі нейромереж та технологій машинного навчання і покликана забезпечити комунікацію в аудіо- або текстовому форматі. Чат-боти використовуються задля розваг, а також для виконання конкретних завдань.

Вперше в туристичній сфері чат-боти були використані для підтримки пошуку порад та інформації про місцеві ресторани, а також базової підтримки обслуговування клієнтів. На сьогодні чат-боти присутні на сайтах багатьох туристичних підприємств і пропонують їх відвідувачам свої послуги (зазвичай, щодо підбору туру). Направду, така підтримка є дуже цінною, адже дозволяє

підприємствам надавати користувачам індивідуальні рекомендації, сприяє інтерактивним діалогам між технологіями чат-ботів і клієнтами;

– Rome2Rio – технологія, яка за умови наявності заданих початкового та кінцевого пунктів подорожі дозволяє за допомогою одного кліку мишею отримати усі доступні варіанти маршрутів, з розробленою схемою проїзду, порахованим часом в дорозі та орієнтовною ціною. Важливо, що Rome2Rio дозволяє своїм абонентам планувати переміщення по маршруту різноманітними видами транспорту, підбирати житло, орендувати автомобіль, дізнаватися про визначні пам'ятки та планувати їх відвідування, за потреби, бронюючи квитки до них;

– Big Data – це програма, яка спеціалізується на організації мультимодальних перевезень. З однієї сторони, програма накопичує актуальну інформацію про перевізників, розклад руху, вартість білетів, час відправлення, з іншої сторони, – інформацію про те, які види транспорту обирає клієнт, який у нього графік (якщо це бізнес-подорож), хто є членами його сім'ї та попутниками. При кожному наступному бронюванні клієнтом перевезення програма враховуватиме інформацію про попередні його замовлення та пропонуватиме найкращий варіант поїздки;

– Tourismembassy® & Toumsy® – це сервісна платформа, яка надає інформацію про стан та тенденції розвитку туристичної індустрії. Така інформація є корисною для власників/управителів туристичних підприємств, готелів та ресторанів, адже допомагає їм удосконалювати діяльність підприємств, відповідно до існуючих трендів, а також для туристів, які збираються у подорож, адже містить різні варіанти її організації. Важливо, що Tourismembassy® & Toumsy® містить детальну інформацію про різні напрямки відпочинку, численні пункти призначення, а також про те, як до них дістатися, що побачити, де жити і чим харчуватися;

– VR & AR – це подорожі у віртуальній (VR) та доповненій (AR) реальності. У той час, як VR є новим видом туризму, який ґрунтується на



використанні 3D, 4D, 5D, 7D ефектів, інноваційних програмних продуктів та сферичних панорам, за допомогою яких можна подорожувати, AR є лише технологією, яка поєднує віртуальні елементи з реальним досвідом та дозволяє, приміром, відвідувати музеї за допомогою смартфона чи планшету;

– IoT – це технологія, яка реалізується за допомогою під'єднаних до Інтернету фізичних пристроїв – «речей», оснащених засобами приймання та передавання даних. Технологія IoT станом на тепер широко використовується в готельних номерах, коли процедура заселення і відкриття дверей у номер відбувається за допомогою мобільного пристрою, без ключа. За допомогою технології IoT клієнти можуть також вмикати та вимикати опалення, освітлення та телебачення з підтримкою Інтернету, обирати конкретну температуру та рівень освітлення в номерах, встановлювати температуру сидіння або кондиціонування на місцях у літаку, і пристрої підтримуватимуть цей вибір автоматично;

– Hotel Finder – це сервіс, який займається пошуком готелю за заданими користувачем параметрами (місце розташування, ціна, кількість зірок, відгуки клієнтів, наявні знижки на розміщення). Підібрані варіанти надсилаються клієнтові і він, не виходячи з дому, може обрати з-поміж них найбільш підходящий для себе та забронювати номер.

Таким чином, у зв'язку з проникненням упродовж кількох крайніх років у діяльність багатьох підприємств різноманітних інновацій, серед комунікаційних технологій, які особливо активно використовуються ними в наш час, є штучний інтелект, Blockchain, Chat-bots та Інтернет речей (IoT), ін. Їх поява спричинила до впровадження розумних динаміків у готелях, турів у віртуальній реальності від туристичних компаній, а також нових безперервних способів реєстрації, без необхідності стояти в черзі та спілкуватися з працівниками стійки реєстрації.

Спільною ознакою застосовуваних комунікаційних технологій, у зв'язку з подіями крайніх років, є мінімізація спілкування між споживачами туристичних

послуг та тими, хто їх надає. Крім того, на найближчу перспективу слід очікувати також серйозних змін у діяльності туристичних агенцій, зміст яких полягатиме в переході у режим електронної комерції усіх надаваних ними послуг.

### *Література.*

1 Лисюк Т.В., Ройко Л.Л., Білецький Ю.В. Інноваційні інформаційно-комунікаційні технології у сфері туризму. *Економіка та суспільство*. Вип. 43. 2022. URL : <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/1715> (дата звернення: 16.02.2024)

2 Токаренко О.І., Черемісіна Т.В., Бабіна Н.І. Цифрові технології в міжнародному туризмі та готельній індустрії. *Інфраструктура ринку*. 2020. Вип. 44. С. 126-130. URL : [http://www.market-infr.od.ua/journals/2020/44\\_2020\\_ukr/23.pdf](http://www.market-infr.od.ua/journals/2020/44_2020_ukr/23.pdf) (дата звернення: 17.02.2024)

**UDK 338.48**

*Viktoriia Matsuka,*  
*PhD in Economics, Docent, Associate Professor,*  
*Maryna Horbashevsk,*  
*PhD in Economics, Docent, Associate Professor,*  
*Department of Management and Finance,*  
*Mariupol State University, Kyiv*

## **MODELS OF STATE REGULATION OF TOURISM DEVELOPMENT: GLOBAL EXPERIENCE**

The tourism industry, developing in the conditions of globalization in an environment favorable to the market economy, private entrepreneurship and free trade, acquires global features of the world economy.

The aggravation of crisis phenomena in the field of tourism indicates the need to improve state regulation in the specified field, to implement effective mechanisms for the development of tourism.

The problems of tourism regulation were reflected in the scientific works of many scientists, such as M.Boyko, S.Hryshchenko, Yu.Dashchuk, J.Dunning,