

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ОДЕСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНОЛОГІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
Факультет Інноваційних технологій харчування і
ресторанно-готельного бізнесу



**ЗБІРНИК
ТЕЗ ДОПОВІДЕЙ**

**ХІІ ВСЕУКРАЇНСЬКОЇ КОНФЕРЕНЦІЇ СТУДЕНТІВ,
АСПРАНТІВ І МОЛОДИХ УЧЕНИХ
*ІНТЕГРАЦІЙНІ ТА ІННОВАЦІЙНІ НАПРЯМКИ
РОЗВИТКУ ІНДУСТРІЇ ГОСТИННОСТІ***



17-18 травня 2023 року

ОДЕСА

УДК 640.41:349.9:316.4
ББК 65.432

СПІВОРГАНІЗАТОР КОНФЕРЕНЦІЇ

Київський національний університет культури і мистецтв

ЧЛЕНИ ОРГАНІЗАЦІЙНОГО КОМІТЕТУ

Поварова Н.М. – проректор з наукової роботи ОНТУ, к.т.н., доцент

Солоницька І.В. – директор технологічного інституту харчової промисловості ОНТУ, к.т.н., доцент

Камушков О.С. – декан факультету ІТХіРГБ ОНТУ, д.е.н., професор

Лебеденко Т.Є. – завідувачка кафедри готельно-ресторанного бізнесу ОНТУ, д.т.н., професор

Коваленко Н.О. – доцент кафедри готельно-ресторанного бізнесу ОНТУ, к.т.н., доцент

Гончар Л.О. – професор кафедри готельно-ресторанного і туристичного бізнесу КНУКіМ, к.е.н., доцент

Бровенко Т.В. – доцент кафедри готельно-ресторанного і туристичного бізнесу КНУКіМ, к.т.н., доцент

Інтеграційні та інноваційні напрямки розвитку індустрії гостинності: збірник тез доповідей XII Всеукраїнської міжвузівської наукової конференції студентів, аспірантів і молодих учених 17-18 травня 2023р., О.: ОНТУ, 2023. – 211с.

Збірник тез доповідей укладено за матеріалами XII Всеукраїнської міжвузівської наукової конференції студентів, аспірантів і молодих учених «Інтеграційні та інноваційні напрямки розвитку індустрії гостинності», яка відбулась в Одеському національному технологічному університеті 17-18 травня 2023р.

За достовірність наведених фактів, цитат, посилань на літературні джерела та вживання власних імен несуть відповідальність автори наукових тез.

©Одеський національний
технологічний університет, 2023р.

СЕКЦІЯ 5.

МАРКЕТИНГОВІ ТА ОРГАНІЗАЦІЙНІ ТРЕНДИ В ІНДУСТРІЇ ГОСТИННОСТІ

Daria Osypchuk, Oksana Polinkevych

Lutsk National Technical University

Lutsk, Ukraine

CONCEPTUAL MODEL OF MARKETING TECHNOLOGIES FOR CUSTOMER SERVICE BASED ON AN INDIVIDUAL APPROACH

The modern marketing model is based on the perceptions with which a customer perceives a product or service. The conceptual model of marketing technologies is a set of methods and techniques, means of obtaining, processing and handling not only information, but also materials and resources, which will help achieve the planned result. Effective marketing technologies contribute to the analysis and creation of value for the consumer, and form its value. The main technologies are Design Thinking and the Value Proposition Framework. It is the basis for the development of effective marketing technologies for customer service.

"Design of thinking" was proposed by scientists at the Hasso-Plattner Institute of Design at Stanford (D.school). The essence of the technology is to explore new opportunities for solving customer problems by understanding human needs, developing ideas, and generating them. The stages of technology implementation are compassion, problem definition, idea, prototype, and test [1; 3; 5]. The Value Proposition Framework technology model was developed by Osterwalder A. [1; 4]. The value proposition framework is a technology that promotes a service or product in the value plane, taking into account the needs of the client. This technology is based on the analysis of the relationships between services, actors, and real market needs. It can be used to improve an existing offer, as well as to explore a new one. Thanks to the Value Proposition Canvas, a product or service can be studied through the prism of the preferences and expectations of a demanding customer.

The conceptual model of marketing technologies for organizing hotel customer service is represented by the main blocks: 1. Block of goal setting. 2. Block of analysis. 3. Listening unit. 4. Block of technologies. 5. Management and control unit. 6. Block of correction and implementation of individual customer service (Fig. 1).

It has been established that the modern marketing model is based on the perceptions with which a customer perceives a product or service. Marketing technologies are based on the relationships that arise in various areas, marketing, management, production, in each business process using consistent operations, techniques and actions. The main technologies are Design Thinking and the Value Proposition Framework. The essence of Design Thinking is to explore new opportunities for solving customer problems through understanding human needs, developing ideas and generating them.

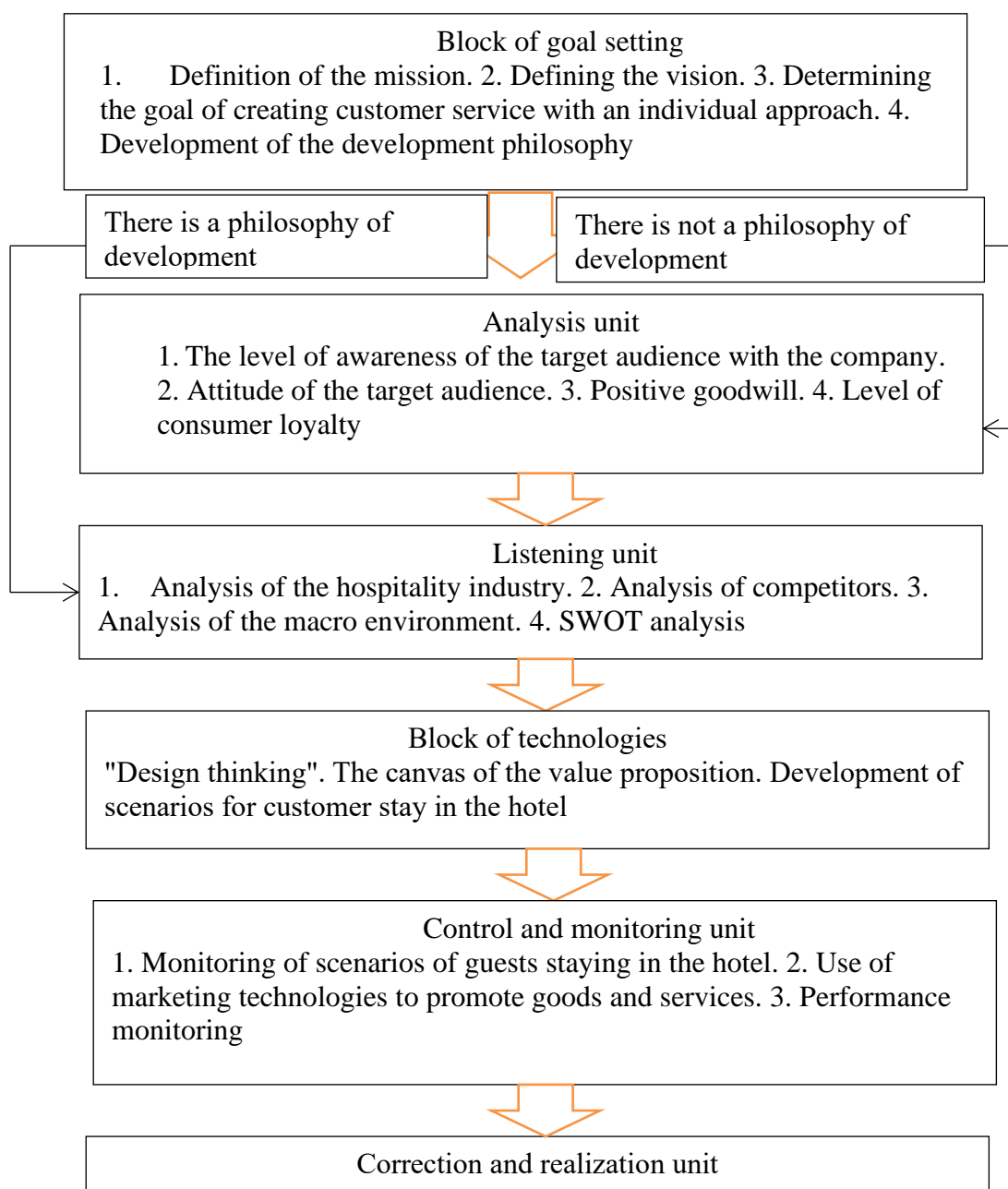


Fig. 1. Conceptual model of marketing technologies for customer service on an individual approach*

* compiled by the author

The value proposition framework is a technology that promotes a service or product in terms of value, taking into account the needs of the client. On this basis, a conceptual model of marketing technologies for customer service based on an individual approach is built. The marketing tools for customer service based on an individual approach are: advertising, sales promotion, public relations, personal selling, Internet marketing, branding, franchising, telemarketing, merchandising. Subsequently, based on the generalizations and conclusions of the conceptual model, it is necessary to develop a customer service program based on an individual approach in the following stages: determining the target audience of the product; developing a stay plan; creating a product; selecting partners; adding extra services and experiences; expanding the product; promoting the product; packaging the product.

Literature references

1. Rossokha, V.V., Cherednikova, E.A. (2020). Marketing technologies of product design. *Efficient economy*, 6. DOI: 10.32702/2307-2105-2020.6.4
2. Berk, S. (2016). Designing for the Future of Education Requires Design Education. *Art education*, 6 (69), 16-20. <https://doi.org/10.1080/00043125.2016.1224844>
3. Osterwalder, A. (ed.) (2018). We develop value propositions. How to create products and services that customers want / etc. ; trans. from English R. Kornut. Kyiv: Our format.
4. Miller, B. (2019). What is Design Thinking? (And What Are The 5 Stages Associated With it?). <https://medium.com/@bhmiller0712/what-is-design-thinking-and-what-are-the-5-stages-associated-with-it-d628152cf220>.
5. Polinkevych, O.M. (2021). SMM-promotion of innovative services in the hotel and restaurant business under the conditions of COVID-19. *Restaurant and hotel consulting. innovation*, 4 (2), 206–222. DOI: 10.31866/2616-7468.4.2.2021.249066

Воляник К.Л., Русавська В.А.

*Київський національний університет культури і мистецтв
м. Київ, Україна*

АНАЛІЗ РИНКОВОГО КОШИКА ЯК ОСНОВА АСОРТИМЕНТНОЇ ПОЛІТИКИ

Аналіз ринкового кошика є одним із найбільш часто використовуваних методів аналізу даних для маркетингу. Базуючись на інтелектуальному аналізі даних, цей метод спрямований на виявлення моделей покупок клієнтів шляхом визначення зв'язків із даними про транзакції в торговій точці. Отриману таким чином інформацію про асоціації предметів можна

ЗМІСТ

**СЕКЦІЯ 1. ОСНОВНІ ТРЕНДИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ІНДУСТРІЇ
ГОСТИННОСТІ У 2022-2023РР.****Бичука Є.І., Русавська В.А.**ПЕРСПЕКТИВНІ НАПРЯМКИ РОЗВИТКУ НАДАННЯ РЕСТОРАННИХ ПОСЛУГ
ХАРЧУВАННЯ НА FOOD COURT.....3**Постова В.В.**СУЧАСНІ ТРЕНДИ ФУНКЦІОНУВАННЯ КАВ'ЯРЕНЬ НА РИНКУ РЕСТОРАННОГО
БІЗНЕСУ УКРАЇНИ..... 5**Разкола В.В., Протасова Т.М., Ряшко Г.М.**ПЕРСПЕКТИВИ СТВОРЕННЯ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО КОМПЛЕКСУ ДЛЯ
РОЗВИТКУ СІЛЬСЬКОГО ТУРИЗМУ В С. КУРІСОВЕ ОДЕСЬКОЇ ОБЛАСТІ.....8**Казак М.М., Ряшко Г.М.**

ПРОЕКТУВАННЯ СПЕЦІАЛІЗОВАНИХ ГОТЕЛІВ ДЛЯ РИБОЛОВЛІ..... 11

Сокол К.М., Цвілий С.М.

ФОРМАТ ЗАМІСЬКИХ ГОТЕЛІВ У ЯКОСТІ ТРЕНДУ ВІДПОЧИНКУ ТУРИСТІВ.....14

Жихор Б.І., Жихор О.Б.КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВ РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА:
РЕАЛІЇ ВІЙНИ.....16**Ялоха М.А., Халілова-Чуваєва Ю.О.**СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ ТА СТРАТЕГІЇ РОЗВИТКУ
ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ.....19**Бороденкова Є.О., Халілова-Чуваєва Ю.О.**ОСОБЛИВОСТІ РОБОТИ ЗАКЛАДІВ РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА ПІД ЧАС
ВОЄННОГО СТАНУ.....21**Ніколенко Н.В., Кожевнікова В.О.**

СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ ІНДУСТРІЇ ГОСТИННОСТІ В УКРАЇНІ.....25

Остапенко В.В., Кожевнікова В.О.ВПРОВАДЖЕННЯ АВТЕНТИЧНОЇ КУХНІ ЯК СУЧАСНА КОНЦЕПЦІЯ РОЗВИТКУ
РЕСТОРАННИХ ЗАКЛАДІВ.....28**Пересічна С.М., Авілов Д.Ю.**ПЕРСПЕКТИВИ ВДОСКОНАЛЕННЯ ДІЯЛЬНОСТІ ЗАКЛАДІВ РЕСТОРАННОГО
ГОСПОДАРСТВА.....30

Чайка А.М., Скляр В.Ю.

РОЗРОБКА КОНЦЕПЦІЇ МІНІ-ГОТЕЛЮ ДЛЯ ФРІЛАНСЕРІВ В М. ОДЕСА.....33

Чулкова А.В., Ткачук О.В.

УКРАЇНСЬКІ РЕСТОРАНИ ЗА КОРДОНОМ: ШЛЯХ ДО УСПІХУ.....35

Савенко А.А., Стась М.Е.

ГОТЕЛЬНЕ ГОСПОДАРСТВО ПІД ЧАС ВОЄННОГО СТАНУ.....38

Маркевич Є.Р., Кравчук Т.В.

ХОСТЕЛ СІМЕЙНОГО ТИПУ В УКРАЇНІ ЯК ДАНИНА ЧАСУ.....40

СЕКЦІЯ 2. ІННОВАЦІЙНІ ГОТЕЛЬНІ І РЕСТОРАННІ ТЕХНОЛОГІЇ

Градінар О.В., Русавська В.А.

ВИКОРИСТАННЯ ШТУЧНОГО ІНТЕЛЕКТУ В ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОМУ БІЗНЕСІ.....43

Аксьонова Г.О., Халілова-Чуваєва Ю.О.

ВИКОРИСТАННЯ ІНФОРМАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ ЯК ЕЛЕМЕНТУ ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ГОТЕЛІВ.....46

Бальжик В.В., Халілова-Чуваєва Ю.О.

ТЕХНОЛОГІЧНІ ІННОВАЦІЇ В ЗАКЛАДАХ РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА.....48

Аксьонова Г.О., Новічков В.К.

ВПРОВАДЖЕННЯ ЗАХОДІВ ДЛЯ ПІДВИЩЕННЯ РІВНЯ ЗАВАНТАЖЕНОСТІ ГОТЕЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВ В СУЧАСНИХ УМОВАХ.....51

Безрук Е.Д., Ряшко Г.М.

ВИКОРИСТАННЯ ЕНЕРГОЗБЕРІГАЮЧИХ ТЕХНОЛОГІЙ ПІД ЧАС ПРОЕКТУВАННЯ РЕСТОРАНІВ.....53

Бороденкова Є.О., Ряшко Г.М.

НАПРЯМКИ В КОНЦЕПТУАЛЬНОМУ КЕЙТЕРИНГУ.....56

Музика А.Л., Халілова-Чуваєва Ю.О.

СТАБІЛЬНІСТЬ СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ КРАЇНИ ЯК УМОВА УСПІШНОГО РОЗВИТКУ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ.....59

Ткаченко Є.В., Халілова-Чуваєва Ю.О.

ІНФОРМАЦІЙНІ ТА DIGITAL-ТЕХНОЛОГІЇ В СФЕРІ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА.....62

Дмитриченко В.О., Бровенко Т.В.

ТРАНСФОРМАЦІЇ ГОТЕЛЬНО РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА В УМОВАХ ГЛОБАЛЬНИХ ЗАГРОЗ.....64

Шумкова П.В., Ткачук О.В.	
<i>ЗДОРОВІ ТА СМАЧНІ СТРАВИ У STREET FOOD: ТЕНДЕНЦІЇ ТА ІННОВАЦІЇ</i>	69
Савенко А.А., Турчин Є.К.	
<i>ІННОВАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ У ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОМУ БІЗНЕСІ</i>	71
Топчук С.П., Лебеденко Т.Є.	
<i>ІСТОРІЯ СНІДАНКУ В УКРАЇНІ - ВІД ДАВНІХ ЧАСІВ ДО СЬОГОДЕННЯ</i>	74
Лебединський А.С., Татар Л.В.	
<i>ІННОВАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ В ГОТЕЛЬНОМУ БІЗНЕСІ</i>	77
Карбишев Г.С., Халілова-Чуваєва Ю.О.	
<i>ЕКОЛОГІЧНІ ІННОВАЦІЇ В ІНДУСТРІЇ ГОСТИННОСТІ</i>	79
Мацука В.М.	
<i>ІННОВАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ У РЕСТОРАННОМУ БІЗНЕСІ</i>	82
Барбакару О.А., Халілова-Чуваєва Ю.О.	
<i>НОВІТНІ ТЕХНОЛОГІЇ ПРИГОТУВАННЯ СТРАВ (НАПОЇВ) В ЗАКЛАДАХ РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА</i>	85
Василенко О.В., Пуць В.Б.	
<i>ЗАСТОСУВАННЯ ІННОВАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ У СФЕРІ ГОТЕЛЬНОГО БІЗНЕСУ</i>	87
Олійник В.С., Халілова-Чуваєва Ю.О.	
<i>ОСОБЛИВОСТІ НАДАННЯ ГОТЕЛЬНИХ ПОСЛУГ ПІД ЧАС ВОЄННОГО СТАНУ</i>	89
Залоіло В.Ю., Халілова-Чуваєва Ю.О.	
<i>ІННОВАЦІЙНІ ФОРМАТИ ПІДПРИЄМСТВ ГОТЕЛЬНОГО (РЕСТОРАННОГО) ГОСПОДАРСТВА</i>	92
Павлов М.А., Халілова-Чуваєва Ю.О.	
<i>МАРКЕТИНГОВІ ІННОВАЦІЇ У ГОТЕЛЬНОМУ БІЗНЕСІ</i>	95
Брашов'ян Н.В., Халілова-Чуваєва Ю.О.	
<i>МАРКЕТИНГОВІ ІННОВАЦІЇ ЗАКЛАДІВ РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ</i>	97
Elizabeth Nazarova, Polina Beznis	
<i>BIOACTIVE ADDITIVES IN HUMAN LIFE. BENEFITS AND HARMS</i>	99
Коваленко В.О.	
<i>СТАРТАП-ПРОЄКТИ У СФЕРІ ГОСТИННОСТІ: ВИКЛИКИ ТА МОЖЛИВОСТІ В КРИЗОВИХ УМОВАХ</i>	103
Dima Tsventukh, Polina Beznis	
<i>ENZYMES: HOW THEY WORK AND WHAT THEY DO</i>	107

Соловей К.А., Новічкова Т.П.

РОЗВИТОК РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ ЧЕРЕЗ ПОПУЛЯРИЗАЦІЮ ЛОКАЛЬНОЇ
КУХНІ.....108

Polina Beznis

SLOW MOVING LOGISTIC SYSTEM IN THE FORCE-MAJEURE PERIODS.....111

Шахбазов Р.Г., Халілова-Чуваєва Ю.О.

ЕКОЛОГІЧНІ ІННОВАЦІЇ В ІНДУСТРІЇ ГОСТИННОСТІ.....114

Назарова Є.В., Безніс П.М.

БІОАКТИВНІ ДОБАВКИ. ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ НА СУЧАСНОМУ ЕТАПІ.....117

Швайко О.М., Халілова-Чуваєва Ю.О.

ПРОДУКТОВІ ІННОВАЦІЇ У ГОТЕЛЬНОМУ БІЗНЕСІ.....120

Коросташівець В.А., Халілова-Чуваєва Ю.О.

ОСОБЛИВОСТІ РОБОТИ ЗАКЛАДІВ РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА ПІД ЧАС
ВОЄННОГО СТАНУ.....123

Язвінюк Т.С., Родіонова Г.О., Внуков Ф.А., Раков М.І., Коваленко Н.О.

РОЛЬ КОНЦЕПТУАЛЬНИХ КОКТЕЙЛІВ У БАРНІЙ КАРТІ.....126

Олійник О.О., Ряшко Г.М.

ПЕРСПЕКТИВИ СТВОРЕННЯ ЗАКЛАДІВ РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА
ПРИ КРАФТОВИХ ПІДПРИЄМСТВАХ.....128

СЕКЦІЯ 3. ПРОГРАМНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ДЛЯ ІНДУСТРІЇ ГОСТИННОСТІ

СУЧАСНЕ ОБЛАДНАННЯ ДЛЯ ЗАКЛАДІВ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ

Дудник Д.В., Красномовець В.А.

ДОСВІД ТУРЕЧЧИНИ У ВИКОРИСТАННІ ПРОГРАМНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ В ІНДУСТРІЇ
ГОСТИННОСТІ.....132

Воскобойник А.О., Коваленко Н.О.

АНАЛІЗ ФУНКЦІОНАЛЬНИХ МОЖЛИВОСТЕЙ ПРОГРАМИ SYRVE З МЕТОЮ
АВТОМАТИЗАЦІЇ РОБОТИ РЕСТОРАННО-ГОТЕЛЬНОГО ПІДПРИЄМСТВА.....134

СЕКЦІЯ 4. ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ ОЗДОРОВЧИХ, СПОРТИВНИХ ПОСЛУГ В ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННИХ КОМПЛЕКСАХ

Черноусова С.С., Павлова І.О.

АКТУАЛЬНІСТЬ РОЗВИТКУ РЕКРЕАЦІЙНИХ ПОСЛУГ ДЛЯ ДІТЕЙ В ГОТЕЛЯХ.....137

¹Стрікаленко Т.В., ²Скліфос Г.

ІННОВАЦІЇ У ВИРОБНИЦТВІ МІНЕРАЛЬНОЇ ВОДИ НА КУРОРТІ ЗАКАРПАТТЯ.....139

Кошик С.О., Стрікаленко Т.В.	
<i>МІНЕРАЛЬНІ ВОДИ ОДЕСИ І ОДЕЩИНИ</i>	142
Наріжна Т.О., Паєвська А.О., Стрікаленко Т.В.	
<i>МАСАЖ У ВЕЛНЕС-ІНДУСТРІЇ: ІСТОРІЯ І СУЧАСНІСТЬ</i>	144
Стрікаленко Т.В., Ангелюк А.С., Ніколенко Н.В., Разкола В.В.	
<i>ПОРІВНЯЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА СПА-ПОСЛУГ НА КУОРТАХ АМЕРИКИ, АФРИКИ ТА ЄВРОПИ</i>	147
Молодан М.М., Стрікаленко Т.В.	
<i>ЕКОНОМІКА WELLNESS: ІСТОРІЯ І ПЕРСПЕКТИВИ</i>	150
Мурадян Д., Головатюк А., Стрікаленко Т.В.	
<i>ЗАДАЧІ ТА ОСОБЛИВОСТІ ГАЛУЗІ ГОСТИННОСТІ НА КУОРТНОМУ ЕТАПІ ОЗДОРОВЛЕННЯ ЛЮДЕЙ З ПТСР</i>	153
Притула В.О., Стрікаленко Т.В.	
<i>СПА-ІНДУСТРІЯ НА КУОРТАХ ТУРЕЧЧИНИ</i>	156
Березовська К.О., Павлова І.О.	
<i>РОЛЬ СПОРТИВНО-ОЗДОРОВЧИХ ПОСЛУГ</i>	159
Островська А., Стрікаленко Т.В.	
<i>РЕКРЕАЦІЙНО-ОЗДОРОВЧІ ПОСЛУГИ В ГРУЗІЇ</i>	162
Бойко К., Коротич О.М., Стрікаленко Т.В.	
<i>ОСОБЛИВОСТІ РЕСУРСНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ РЕКРЕАЦІЙНОГО БІЗНЕСУ ВІДПОЧИНКУ ТА ОЗДОРОВЛЕННЯ</i>	165
Стрікаленко Т.В., Савенко А.А., Жовтяк К.О.	
<i>СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ WELLNESS- І SPA-КОМПЛЕКСІВ</i>	168
Кім А.В., Нікітчина Т.І.	
<i>ВПРОВАДЖЕННЯ СУЧАСНИХ ОЗДОРОВЧИХ ТЕХНОЛОГІЙ В ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОМУ БІЗНЕСІ</i>	171
Alesya Yamborko, Polina Beznis	
<i>VITAMINS IN HUMAN LIFE. BENEFITS AND HARMS</i>	173
Антонюк К.Г., Севастьянова А.І.	
<i>ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ WELLNESS – ІНДУСТРІЇ В ГОТЕЛЬНОМУ ГОСПОДАРСТВІ УКРАЇНИ</i>	176

Антонюк К.Г., Горбатюк Ю.О.

*ВИКОРИСТАННЯ WELLNESS-ТУРИЗМУ ЯК ЕФЕКТИВНОЇ ФОРМИ ВІДНОВЛЕННЯ
ЗДОРОВ'Я.....178*

СЕКЦІЯ 5.

МАРКЕТИНГОВІ ТА ОРГАНІЗАЦІЙНІ ТРЕНДИ В ІНДУСТРІЇ ГОСТИННОСТІ

Daria Osypchuk, Oksana Polinkevych

*CONCEPTUAL MODEL OF MARKETING TECHNOLOGIES FOR CUSTOMER SERVICE BASED
ON AN INDIVIDUAL APPROACH.....180*

Воляник К.Л., Русавська В.А.

АНАЛІЗ РИНКОВОГО КОШИКА ЯК ОСНОВА АСОРТИМЕНТНОЇ ПОЛІТИКИ.....182

Гресь А.С., Червоний В.М.

*АНАЛІЗ ПЕРСПЕКТИВ ВПРОВАДЖЕННЯ ПРОЄКТУРЕСТОРАНУ «LA ROSE» У М.
ХАРКОВІ.....185*

Солтисюк О.В., Бровенко Т.В.

АНАЛІЗ ВИДІВ МОТИВАЦІЇ ПЕРСОНАЛУ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ.....188

Гребенищикова Н.О., Русавська В.А.

МАРКЕТИНГОВІ ТЕНДЕНЦІЇ В ІНДУСТРІЇ ГОСТИННОСТІ.....191

Бригілевич Г.М.

*СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ ІНДУСТРІЇ ГОСТИННОСТІ У КОНКУРЕНТНОМУ
СЕРЕДОВИЩІ.....193*

Везомська І. Г., Ларченко А.А.

МАРКЕТИНГОВА ДІЯЛЬНІСТЬ В ІНДУСТРІЇ ГОСТИННОСТІ.....195

Губчак Н.Ф., Невмержицька Т.М.

АНАЛІЗ ТА ПЛАНУВАННЯ В ТУРИЗМІ.....198

Дудник А.П., Халілова-Чуваєва Ю.О.

МАРКЕТИНГ ВРАЖЕНЬ В ІНДУСТРІЇ ГОСТИННОСТІ.....200

Родіонова Г.О., Кравчук Т.В.

РОЗУМНА РЕКЛАМА ДЛЯ ЗАКЛАДІВ РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА.....203

**ІНТЕГРАЦІЙНІ ТА ІННОВАЦІЙНІ НАПРЯМКИ РОЗВИТКУ ІНДУСТРІЇ
ГОСТИННОСТІ**

ЗБІРНИК ТЕЗ ДОПОВІДЕЙ

**ХІІ Всеукраїнської конференції студентів,
аспірантів і молодих учених**

17-18 травня 2023 р.