



Креативний простір України та світу

Колективна монографія

УДК 009:3(082)
К79

К79 **Креативний простір України та світу:** кол. моногр. – Харків: СГ НТМ «Новий курс», 2022. – 264 с.

ISBN 978-617-7886-35-7

Рецензенти

Штулер Ірина Юрїївна,
*доктор економічних наук, професор,
перший проректор ВНЗ «Національна академія управління»*

Погоріла Світлана Григорівна,
*кандидат педагогічних наук,
доцент кафедри славістичної філології,
педагогіки і методики викладання
Білоцерківського національного аграрного університету*

Харченко Артем Вікторович,
*кандидат історичних наук, доцент,
доцент кафедри українознавства, культурології та історії науки
Національного технічного університету
«Харківський політехнічний інститут»*

*Рекомендовано до друку редакційною колегією збірника наукових праць
«Соціально-гуманітарний вісник» (протокол № 2-мн від 23.04.2022)*

У монографії висвітлюються актуальні питання сучасного розвитку соціально-гуманітарної сфери України та світу. Досліджуються проблеми креативного розвитку педагогіки, соціології, філософії, психології, соціальних комунікацій, спорту, фізичної культури, туризму, мистецтвознавства, культурології, філології, історії, економіки, управління, права. Монографія буде корисною науковцям, викладачам, здобувачам вищої освіти, а також широкому колу осіб, які цікавляться питаннями сучасного розвитку соціально-гуманітарної сфери.

ISBN 978-617-7886-35-7

© СГ НТМ «Новий курс», 2022
© Автори, 2022

Розділ перший.**Педагогіка, соціологія, філософія, психологія,
соціальні комунікації**

1.1.	Викладання дисципліни «Педагогіка» у форматі змішаного навчання	...	6
1.2.	Methodical approaches to the formation of geological and geomorphological skills of students in the study of school geography	...	9
1.3.	Cartometric knowledge and skills as a component of cartographic literacy of schoolchildren	...	16
1.4.	The role of industrial practice in the formation of professional and pedagogical competence of the future teacher of geography	...	21
1.5.	Formation of an athlete's personality and development of his human capital as an object of educational policy in the field of sports	...	29
1.6.	Features of the introduction of specialized training of high school students in sports	...	36
1.7.	Professional competence as a normative complex-integrative characteristic of the personality of a future physical education teacher	...	42
1.8.	The essence of professional training of future teachers of physical culture in a pedagogical institution of higher education	...	47
1.9.	Organizing and conducting physical education classes with students of the special medical group in higher education institutions	...	52
1.10.	Synergistic approach of improvement of professional competence of physical culture teacher	...	56
1.11.	Основні аспекти підготовленості фахівців економічного напрямку до дотримання культури професійного спілкування	...	64
1.12.	Освіта під прицілом: історія і сучасність	...	70
1.13.	Особливості вертикальної гендерної сегрегації в університеті (на прикладі Варшавського та Чернівецького університетів)	...	79

- | | | | |
|-------|---|-----|----|
| 1.14. | Application of integrated technologies in the system «General educational institution – institution of higher education» in preparing future specialists-teachers of ecological and biological industry | ... | 83 |
| 1.15. | V. O. Sukhomlynskyi ideas in the modern educational space of preschool education institution (Online club "Vasil Sukhomlynskyi and the present") | ... | 89 |

Розділ другий.

Мистецтвознавство, культурологія, філологія, історія

- | | | | |
|------|--|-----|-----|
| 2.1. | Концептосистема матримоніального конфліктного розмовного дискурсу | ... | 97 |
| 2.2. | Знахідки мечів у скарбах доби бронзи Закарпаття | ... | 103 |
| 2.3. | Секуляризація культури та формування «секулярних релігій» у сучасній культурі | ... | 111 |
| 2.4. | Особливості дизайн-проектування рекламних фотографічних композицій | ... | 116 |
| 2.5. | Категорія дивного у мовній картині світу Р. Рігза («Казки про дивних») | ... | 124 |
| 2.6. | Вплив соціолінгвістичних чинників на запозичення в англomовному медичному дискурсі | ... | 131 |
| 2.7. | Особливості людиноцентризму як сучасного інструменту розвитку культурно-креативного простору в Україні | ... | 139 |

Розділ третій.

Спорт, фізична культура, рекреація, туризм

- | | | | |
|------|--|-----|-----|
| 3.1. | Напрями впровадження інновацій в туристичному бізнесі | ... | 144 |
| 3.2. | Training tools and the direction of their use in improving the physical qualities of wrestlers | ... | 149 |
| 3.3. | Характеристика екотуристичного потенціалу України в умовах війни | ... | 154 |
| 3.4. | Organization of animation programs in different types of youth tourism | ... | 162 |
| 3.5. | Гастрономічний туризм: поняття та класифікаційні ознаки | ... | 169 |
| 3.6. | Vaccination as one of key elements of health save | ... | 174 |
| 3.7. | Розвиток системи пілатес в історичному контексті | ... | 178 |

Розділ четвертий.
Економіка, юриспруденція, політика,
публічне адміністрування

4.1.	Проблеми становлення та перспективи ефективного розвитку репутаційного менеджменту українських підприємств і організацій за глобалізаційних умов	...	184
4.2.	Застосування уніфікованих стратегій розвитку моніторингу логістичної діяльності українських підприємств та європейської співдружності	...	189
4.3.	Характеристика державного регулювання господарської діяльності	...	198
4.4.	Соціальний збиток від дорожньо-транспортних пригод на автомобільному транспорті в Україні	...	205
4.5.	Біоекономіка: соціально-економічний аспект	...	209
4.6.	Фінансовий потенціал підприємства: сутність та підходи до оцінювання	...	217
4.7.	Вплив війни на туристичний бренд України	...	223
4.8.	Financial instruments as a tool to support the economy: Ukrainian and international experience	...	227
4.9.	Ensuring competitiveness and development of self-government through mechanisms of management of health and sustainable education	...	233
4.10.	Теоретичні аспекти організаційно-економічного забезпечення інноваційного розвитку	...	237
4.11.	Інновації – основа розвитку економіки України	...	247
4.12.	Економічна наука в Харкові (від Т. Степанова до І. Сокальського)	...	255

4. Дудар Т. Г., Мельниченко В. В. Інноваційний менеджмент: навч. посіб. – Тернопіль: Економічна думка, 2009. – 254 с.
5. Ілляшенко С. М. Інноваційний розвиток: маркетинг і менеджмент знань: монографія. – Суми: ТОВ «Діса плюс», 2016. – 192 с.
6. Шевченко Л. С. Стратегічний інноваційний менеджмент: навч. посіб. – Харків: Нац. юрид. ун-т ім. Ярослава Мудрого, 2019. – 155 с.
7. Про наукову і науково-технічну діяльність: Закон України (редакція від 06.04.22 р.) URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/848-19#Text>.
8. Про державне регулювання діяльності у сфері трансферу технологій: Закон України (редакція 16.10.20 р.) URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/143-16#Text>.
9. Про спеціальний режим інноваційної діяльності технологічних парків: Закон України (редакція від 05.12.12 р.) URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/991-14#Text>.
10. Про інноваційну діяльність: Закон України (редакція 12.04.22 р.) URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/40-15#Text>.
11. Організація та управління інноваційною діяльністю: підруч. / за ред. проф. П. Г. Перерви. – Х.: НПУ «ХПУ», 2008. – 1025 с.
12. Денисенко А. П., Гречан М. В. Провайдинг інновацій: підруч. – К.: Видавничий дім «Професіонал», 2008. – 448 с.

Денисенко Микола Павлович

Доктор економічних наук, професор

Київський національний університет технологій та дизайну

Бреус Світлана Василівна

Доктор економічних наук, професор

Київський національний університет технологій та дизайну

4.11. Інновації – основа розвитку економіки України

В умовах російсько-української війни питання дослідження ролі інновацій, які є основою розвитку економіки держави, а також їх значення набувають особливої актуальності, що обумовлене значною мірою тим, що інновація як процес чи продукт може стати однією з головних статей доходу підприємств, зокрема туристичних, у післявоєнний період. Інноваційні процеси справляють значний вплив на соціально-економічний процес розвитку суспільства та всі сфери економіки, зокрема й туристичну.

Слід зазначити що, інноваційна діяльність туристичних підприємств, на відміну, від підприємств інших видів діяльності, має свої особливості та специфіку. Інновації у туристичній сфері визначають як системні заходи, що мають якісну новизну та призводять до позитивних зрушень, які забезпечують стійке функціонування та розвиток галузі та підприємств [1, с. 113-114].

Загалом науковцями опрацьовано широкий вибір інструментарію інноваційного розвитку туристичних підприємств за кожним із видів, напрямів інноваційної діяльності підприємств туристичної сфери. Так, основними напрямками, видами інновацій у

туризмі, що найбільш повно та детально визначені і досліджені у наукових працях та знайшли свою практичну реалізацію в діяльності підприємств туристичної сфери, є продуктові, технологічні, маркетингові, організаційно-управлінські, сервісні та логістичні інновації [2, с. 147-155].

Закон України «Про інноваційну діяльність» [3] визначає інновації як «новостворені (застосовані) і (або) вдосконалені конкурентоздатні технології, продукція або послуги, а також організаційно-технічні рішення виробничого, адміністративного, комерційного або іншого характеру, що істотно поліпшують структуру та якість виробництва і (або) соціальної сфери».

Інноваційний процес – комплексний процес створення, поширення та використання нового практичного засобу (нововведення) для нової або для поліпшення задоволення уже відомої потреби людей; водночас це процес пов'язаних із запровадженням нововведення змін у тому соціальному й речовому середовищі, де здійснюється його життєвий цикл [4, с. 47].

На сьогодні туризм для України є важливим чинником соціально-економічного розвитку як у середині держави, так і в зовнішньоекономічній діяльності.

Основними принципами інновацій в туризмі є:

1. Принцип науковості. Полягає в використанні наукових знань і методів для реалізації інновацій, які відповідають потребам туристів.

2. Принцип системності. Стратегія інноваційного розвитку туристичної галузі країни повинна враховувати фактори і умови необхідні для задоволення потреб людини у відпочинку, ресурсні можливості регіону (економічні, фінансові, кадрові та ін.), соціальний вплив на суспільство, фактори зовнішнього середовища.

3. Принцип відповідності інновацій потребам туристів.

4. Принцип позитивного результату полягає в запобіганні нерозумного, непродуманого створення і впровадження нововведень, які несуть небезпеку як для туриста, так і для біосфери та суспільства загалом.

5. Принцип іманентності інвестиційним процесам. Для проведення необхідних досліджень, розробки та матеріалізації інновацій використовуються інвестиційні ресурси, ефективність яких визначається ступенем важливості та масштабності нововведення. Після закінчення комерційної реалізації засоби повертаються інвестору і в подальшому знову можуть бути інвестовані в інноваційний процес.

6. Відповідність інноваційної діяльності та її результатів рівню розвитку суспільства. Нововведення, які для певного суспільства не відповідають конкретному етапу розвитку не можуть принести користь та бути в попиті.

7. Принцип зв'язності. Інноваційний процес закінчується появою на ринку товару, який на певному етапі свого життєвого циклу повинен викликати потребу (стимулювати ідею) створення наступної інновації та забезпечити фінансову підтримку цього процесу.

8. Принцип безпеки. Будь-яка інновація повинна гарантувати безпеку людині та оточуючому середовищу. Організація процесу передбачає вірогідність нанесення шкоди та заходи по усуненню негативних впливів [5, с. 30].

Проте, ситуація, що склалась в туристичному господарстві України практично неконкурентоспроможна на світовому ринку: слабка матеріально-технічна база, яка потребує реконструкції або нового будівництва привабливих для туристів об'єктів, низький рівень сервісу, відсутність необхідної індустрії розваг, поганий стан пам'яток історії та культури, екологічні проблеми тощо. Така ситуація була характерна для туристичної сфери України в довоєнний період, а у результаті значних руйнацій всієї інфраструктури держави, завданих Росією у результаті воєнної агресії, зазначені проблеми суттєво загострюються.

Пожавлення розвитку туризму України та подолання негативних тенденцій можливе у після воєнний період шляхом впровадження інновацій. Активізація використання інноваційного чинника призведе до створення конкурентоспроможної туристичної індустрії країни.

Значний вплив на інноваційні процеси в туризмі здійснюють різноманітні чинники, такі як [5, с. 31]:

- нові напрями розвитку науки і техніки, поява нових технологій;
- економічна і політична ситуація в країнах світу;
- нововведення міжнародних організацій, правила економічних взаємовідносин, нові форми співпраці, рішення, прийняті міжнародними та регіональними туристичними організаціями, нові знання про туристичні ресурси в різних куточках світу;
- державні закони та правові акти, які визначають економічні і політичні принципи функціонування туристичних підприємств, розробка державних концепцій розвитку туризму, прийняття нових нормативно-правових актів по соціально-економічним питанням;

- зміна ситуації на ринку туристичних послуг: поява нових туристичних маршрутів, невідповідність запропонованих послуг потребам туристів, зміна структури попиту, поява нових вимог до якості туристичного продукту зі сторони споживача;

- впровадження інновацій в діяльність виробничих підприємств, які тісно пов'язані з туристичним бізнесом (транспортні компанії, готелі, оздоровчі заклади, засоби зв'язку тощо);

- прагнення туристичних компаній закріпитись на ринку, боротьба за виживання;

- неочікувані події: екологічні та техногенні катастрофи, терористичні акти, війни тощо.

Загалом на рівень впровадження інновацій у туристичній сфері має значний вплив соціально-економічний стан в країні, політична ситуація, національне законодавство, міжурядові та міжнародні угоди й що особливо актуально в сучасних умовах – російсько-українська війна.

В туристичній індустрії інноваційна діяльність розвивається за трьома основними напрямками [5, с. 31]:

1. Впровадження інновацій (організаційні інновації), які пов'язані з розвитком підприємництва і туристичного бізнесу в системі та структурі управління, в тому числі реорганізацією, поглинанням конкуруючих суб'єктів на основі нової техніки та передових технологій, кадрової політики (оновлення та заміна кадрового складу, система підвищення кваліфікації, перепідготовка та стимулювання працівників), раціональної економічної та фінансової діяльності (впровадження нових форм обліку та звітності);

2. Маркетингові інновації, які дозволяють задовольнити потреби цільових споживачів, або привабити нових клієнтів;

3. Періодичні інновації (продуктові інновації), які спрямовані на зміну споживчих якостей туристичного продукту, його позиціонування на ринку.

На сьогодні найважливішою характеристикою інновації є її новизна, яка сприяє:

- розширенню кола потенційних споживачів (туристів);

- зміні потреб споживача та розширенню функціональності турпродукту (спрямування не лише на туристів, а й на місцеве населення).

До інновацій в туризмі слід відносити перш за все ті нововведення, які супроводжуються: відновленням і розвитком духовних та фізичних сил туристів; якісно новими змінами

турпродукту; підвищенням ефективності функціонування інфраструктури туризму; підвищенням ефективності управління стійким функціонуванням і розвитком туристичної сфери в країні; підвищенням ефективності процесів формування, позиціонування та споживання туристичних послуг; прогресивними змінами факторів виробництва (наприклад, скорочення терміну транспортування за рахунок впровадження нових швидкісних видів транспорту, покращення умов праці працівників туріндустрії, впровадження нових прогресивних методів (механізмів) перетворення факторів виробництва в послуги тощо); підвищенням іміджу і конкурентоздатності підприємств туріндустрії [5, с. 30].

Загалом інноваційна діяльність у сфері туризму спрямована на створення нового або зміну існуючого продукту, на вдосконалення транспортних, готельних та інших послуг, освоєння нових ринків, впровадження передових інформаційних та телекомунікаційних технологій і сучасних форм організаційно-управлінської діяльності.

Туристичний бізнес належить до мережевого сектору економіки, що визначає основу діяльності туристичних підприємств як усунення розривів між постачальниками та споживачами через формування туристичного продукту. Діяльність туристичних підприємств є сервісноорієнтованою, направленою на матеріалізацію продуктів і послуг підприємств-партнерів та усунення розбіжностей у їхньому сприйнятті споживачами. У порівнянні з суміжними галузями туризм і туристичні підприємства є середньо інноваційно активними, транспорт – низько інноваційно активним, а готельно-ресторанна справа – високо інноваційно активною. Визначають такий жорсткий поділ, зокрема, структура матеріальної бази та здатність до використання інформаційних технологій [6].

У структурі економіки сучасної України роль туризму зростає щорічно. Це пов'язане з тим, що сучасний туризм як соціально-економічне явище:

- входить до низки провідних галузей світового господарського комплексу (він займає друге місце за економічними показниками після нафтопереробної галузі, а за кількістю робочих місць міцно утримує першу позицію: близько 20 млн чол. на нашій планеті працюють у туристичних організаціях);

- за своєю сутністю є індустрією, сферою зайнятості, що сприяє створенню нових робочих місць;

- продукт туристичної галузі присутній на ринку як послуга, що не накопичується і не транспортується (на частку туризму припадає

близько 10% всіх витрат споживачів);

- деколи лідер в освоєнні нових регіонів (наразі кожне шосте нове робоче місце в світі створено туристичними організаціями та сферою гостинності, а це приблизно 3 млн робочих місць);

- механізм перерозподілу національного доходу на користь тих країн, які спеціалізуються на туризмі;

- один з основних каталізаторів зростання економіки низки країн (зокрема Південна Корея, Таїланд);

- характеризується досить високим рівнем ефективності і швидкою окупністю інвестицій (близько 10% всіх світових інвестицій припадає на туристичну галузь);

- мультиплікатор зростання національного доходу, зайнятості, розвитку місцевої інфраструктури та підвищення рівня життя місцевого населення (для деяких країн дохід від туризму становить від 70 до 100%);

- ефективний засіб охорони природи та культурної спадщини, оскільки основою ресурсної бази є саме ці елементи;

- сумісний майже з усіма видами діяльності людини й сферами економіки, оскільки саме їх диференціація та дискретність сприяють створенню різниці потенціалів рекреаційного середовища [7].

На базі доходів від туристичної галузі побудовано добробут деяких високорозвинених країн, наприклад Швейцарії, Австрії, Франції. Крім того, міжнародний туризм є одним із джерел валютних надходжень як для багатьох розвинених, так і для країн, що розвиваються. Зокрема, питома вага доходу від іноземного туризму в сумі надходжень від експорту товарів і послуг становить: Іспанія – 18,3%, Австрія – 11,8%, Греція – 33,6%, Португалія – 14,9%, Кіпр – 53%. У більшості країн, що розвиваються, 10-15% доходів від експорту товарів і послуг припадає на частку іноземного туризму (в Індії, Єгипті, Перу, Парагваї, Коста-Ріці) [8].

Туризм є одним із каталізаторів розвитку країни. Сучасні глобалізаційні процеси значно вплинули на розвиток туристичної діяльності, зокрема впровадження інновацій в підприємницькій діяльності сприяє посиленню конкурентної боротьби як на державній, так і на міжнародній арені [9, с. 35-36].

Враховуючи специфічність туристичного продукту, як товару та особливості виробництва туристичних послуг слід зважити на [10]:

- недостатньо виражену схильність туристичного продукту до структурних інноваційних змін;

- низький рівень наукоємності у процесах обслуговування;

- суттєву складову незмінних цінностей у складі турпродукту, таких як: кроскультурні особливості гостинності та доброзичливості у прийомі й обслуговуванні іноземних туристів; унікальний історичний, культурний спадок, що є джерелом туристичної атрактивності; етичність та самосвідомість у використанні туристичних ресурсів, гармонійний розвиток туристичних дестинацій тощо;

- подекуди низький рівень продуктивності праці працівників, задіяних в туристичному обслуговуванні, що інколи має соціальний ефект, аніж матеріальний.

Попри це, аналізування туристичного ринку свідчить про масштабність використання підприємствами новітніх інформаційних технологій: мобільний Інтернет; електронні каталоги з пропозиціями відпочинку; оп-1іpe-бронювання; соціальні інформаційні мережі; зручні платіжні системи [9, с. 35-36].

У світовій практиці у туристичній сфері широко використовуються інновації, спрямовані на підвищення якості отриманого сервісу, забезпечення потреби у комфортному відпочинку. Популяризуються інновації на транспорті (літак з прозорим корпусом), в готельному бізнесі (готель та комплекси на намивних островах), впровадженняенерго- та ресурсозберігаючих технологій, що здатні подовжити життєвий цикл туристичного продукту або знизити вартість послуг [11].

З огляду на ситуацію, що склалася в Україні протягом останніх років [12-15], коли відбулась анексія Росією АР Крим, бойові дії на сході України у результаті російської військової агресії проти України, як наслідок, спостерігалось нарощування негативних тенденцій в економіці держави загалом та туристичній сфері зокрема, і як результат, подорожчали тури, попит на подорожі в Європу впав на 20-30%й кількість потенційних клієнтів постійно зменшувалась. У результаті рентабельність вітчизняного тур-бізнесу стала вкрай невисокою – 2-5%. Наразі зазначені негативні тенденції в умовах російсько-української війни посилюються та призводять до погіршення соціально-економічної ситуації в країні в цілому й у туристичній сфері зокрема. Зважаючи на війну Росії проти України, для покращення діяльності туристичного сектору в післявоєнний період доцільним вбачається використання інновацій в діяльності туристичних підприємств задля: забезпечення власної конкурентоспроможності, покращення інвестиційного клімату в країні та забезпечення економічного зростання держави на інноваційних засадах.

Таким чином, слід зазначити, що на сьогодні не існує сумнівів щодо необхідності переходу України на інноваційну модель економічного розвитку, оскільки практика доводить, що саме інноваційні зрушення на сучасному етапі розвитку країни здатні не тільки забезпечити високі показники економічного росту, але й вирішити певні екологічні та соціальні проблеми, забезпечити конкурентоспроможність національної економіки та підвищити економічний потенціал України. Реалізація зазначеного сприятиме підвищенню рівня інноваційного розвитку економіки, забезпеченню висхідного тренду економічного зростання, й підвищенню економічної безпеки держави загалом та можлива за умови урахування українських реалій [12-15]. Досягнення саме таких суттєвих результатів можливе за умови об'єднання зусиль усіх зацікавлених сторін, зокрема держави та суспільства.

Джерела

1. Власова Н. Смирнова В., Семененко Н. Інноваційна діяльність у туристичному бізнесі. Культура народів Причорномор'я. 2009. № 23. – С. 29-31.
2. Кальченко О. Теоретичні аспекти інноваційної діяльності підприємств туристичної галузі. Вісник Чернігівського державного технологічного університету: зб. наук. праць. 2011. № 4 (54). – С. 147-155.
3. Закон України «Про інноваційну діяльність». Документ 40-IV, редакція від 12.04.2022, підстава – 1714-IX. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/40-15#Text>
4. Федуллова Л. І. Інноваційна економіка: підручник. – К.: Либідь, 2006. – 480 с.
5. Гарбера О. С. Основні теоретичні та практичні аспекти інноваційної діяльності в туристичному господарстві України. Інвестиції: практика та досвід. 2009. № 23. – С. 29-32.
6. Антоненко І. Я., Мельник І. Л. Сервісні інновації як інструмент ефективного менеджменту туристичних підприємств. Вісник ДІТБ. Серія: Економіка, організація та управління підприємствами туристичної індустрії та туристичної галузі в цілому. 2013. № 17. – С. 39-45.
7. Гомольська В. В. Крос-маркетинг як елемент інноваційного маркетингового менеджменту в туризмі. Призовський економічний вісник. 2018. Вип. 5 (10). – С. 160-164 URL: http://pev.kpu.zp.ua/journals/2018/5_10_uk/29.pdf
8. Офіційний сайт Всесвітньої туристичної організації. URL: <http://unwto.org>
9. Зікій Н. Л. Інноваційна політика туристичних підприємств. Тези Міжнародної науково-практичної конференції «Туристичний, готельний і ресторанный бізнес: інновації та тренди» (м. Київ, 7 квітня 2016 р.). К.: КНТЕУ, 2016. – 362 с. С. 35-36. URL: https://tourlib.net/statti_ukr/zikij.htm
10. Михайліченко Г. І. Інноваційний розвиток туристичних підприємств: напрями змін та фактори впливу. Економіка. Управління. Інновації. Серія: Економічні науки. 2012. № 1. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/eui_2012_1_34
11. Чернікова В. І. Особливості інновацій у туризмі. Вісник ДІТБ. 2012. № 16. – С. 89-94. URL: https://tourlib.net/statti_ukr/chemikova.htm
12. Denysenko M., Breus S. The impact of tourism development in the hotel business in the context of management. Economic strategies for the development of society: collective monograph / Illiashenko K., Bezverkhnia Y., etc. International Science Group. Boston :PrimediaeLaunch, 2020. 409 p. P. 45-51.
13. Denysenko M., Breus S. Hotel business management in modern business conditions. Economic strategies for the development of society : collective monograph / Illiashenko K., Bezverkhnia Y., etc. International Science Group. Boston:PrimediaeLaunch, 2020. 409 p. P. 52-57.
14. Denysenko M., Breus S. Models of hotel corporations management under present business conditions. International Conference on Corporation Management (ICCV). Book of abstracts. International Conference on corporation management, December 3-5, 2020, Tallinn, Estonia. 2020. P. 122-124.
15. Денисенко М. П., Бреус С. В. Основні тенденції розвитку туристичної сфери у контексті управління готельним бізнесом в сучасних умовах. The V th International scientific and practical conference «Study of modern problems of civilization» (October 19-23, 2020), Oslo, Norway. 2020. 516 p. P. 89-92.

Наукове видання

Колектив авторів

Креативний простір України та світу

Колективна монографія

Видання українською та англійською мовами

Підписано до друку 23.04.2022.

Формат 60x84/16. Папір офсетний. Друк цифровий.

Гарнітура Times New Roman. Друк. арк. – 16,53.

Видавець СГ НТМ «Новий курс»

Вул. Манізера, 3, м. Харків, 61002, Україна

Тел.: 097-044-03-09, e-mail: nr1989@ukr.net

Свідоцтво про внесення суб'єкта видавничої справи

до Державного реєстру видавців, виготовлювачів і

розповсюджувачів видавничої продукції:

серія ДК № 6392 від 07.09.2018.