

НАЦІОНАЛЬНИЙ  
ТЕХНІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ  
“ХАРКІВСЬКИЙ  
ПОЛІТЕХНІЧНИЙ  
ІНСТИТУТ”

Всеукраїнська  
науково-практична  
конференція

МАРКЕТИНГОВІ ТА  
ОРГАНІЗАЦІЙНІ  
МЕХАНІЗМИ  
ПОВОЄННОГО  
РОЗВИТКУ ГАЛУЗІ  
ГОСТИННОСТІ ТА  
ТУРИЗМУ УКРАЇНИ

14 -15 Листопада  
2023 року

ХАРКІВ



**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ**  
**НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**  
**«ХАРКІВСЬКИЙ ПОЛІТЕХНІЧНИЙ ІНСТИТУТ»**

***МАРКЕТИНГОВІ ТА ОРГАНІЗАЦІЙНІ***  
***МЕХАНІЗМИ ПОВОЄННОГО***  
***РОЗВИТКУ ГАЛУЗІ ГОСТИННОСТІ ТА***  
***ТУРИЗМУ УКРАЇНИ***

Матеріали  
***I Всеукраїнської науково-практичної конференції***  
***(14-15 листопада 2023 року)***  
***Частина 1***

Харків  
2023

Фербей Г. М., Рилєєв С. В. СТРАТЕГІЇ РОЗВИТКУ ГОСТИННОСТІ ТА ТУРИЗМУ В УМОВАХ ВІЙНИ ТА ПІСЛЯВОЄННОГО ВІДНОВЛЕННЯ	248
Фроленкова Н.А., Мамай Б.В. РОЛЬ SMM У РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ ІНДУСТРІЇ ТУРИЗМУ ТА ГОСТИННОСТІ	250
Цвілий С. М., Зайцева В. М., Віндюк А. В. МАРКЕТИНГОВЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ ІНДУСТРІЇ ТУРИЗМУ В ПОВОЄННОМУ ПЕРІОДІ	253
Чернишов Є. Р., Ларка Л. С. РЕКЛАМНА СТРАТЕГІЯ ГОТЕЛЮ В ПОВОЄННИЙ ПЕРІОД: МІЖНАРОДНИЙ АСПЕКТ	257
Чернишова Т.М., Кулешник К.В. ОСОБЛИВОСТІ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ В ГОТЕЛЬНОМУ ГОСПОДАРСТВІ	259
Шевелюк М.М. СТИМУЛЮВАННЯ ЗРОСТАННЯ В СФЕРІ ГОСТИННОСТІ ТА ТУРИСТИЧНІЙ ГАЛУЗІ ПІД ЧАС ТА ПІСЛЯ ВІЙНИ: ІНСАЙТИ ЩОДО МАРКЕТИНГОВИХ ТА ОРГАНІЗАЦІЙНИХ МЕХАНІЗМІВ В УКРАЇНІ	262
Шейн Є.С., Шейн О.С., Перерва П.Г. РОЛЬ ДЕРЖАВИ В РЕГУЛЮВАННІ ПОПИТУ НА РИНКУ ТУРИСТИЧНИХ ПОСЛУГ	264
Шипуліна Ю.С., Коломієць А.О. ЗАСТОСУВАННЯ ІНСТРУМЕНТІВ ЦИФРОВОГО МАРКЕТИНГУ ДЛЯ СТИМУЛЮВАННЯ ПРОДАЖІВ ЗАКЛАДІВ ГРОМАДСЬКОГО ХАРЧУВАННЯ З ПОСЛУГОЮ ДОСТАВКИ ЇЖІ	267
Щербина В. В. РОЛЬ ЦИФРОВОГО МАРКЕТИНГУ У ПОВОЄННОМУ РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНОГО ТА ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ	270
Яковлева-Мельник Н.Г., Дяченко Л.А. ОРГАНІЗАЦІЯ АНІМАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ, ЯК МАРКЕТИНГОВИЙ ІНСТРУМЕНТ В СФЕРІ ГОСТИННОСТІ	272
Ястремська О. О. БРЕНД ПІДПРИЄМСТВА ТА ФОРМУВАННЯ ЙОГО СТРАТЕГІЇ В УМОВАХ ЕКОНОМІКИ ВРАЖЕНЬ	274
Yudina N. RECOVERING BRANDING OF THE UKRAINIAN TOURISM INDUSTRY	281
<b>Секція 2.</b>	
<b>РОЗВИТОК ТУРИЗМУ ТА ГОСТИННОСТІ В РЕГІОНАХ УКРАЇНИ</b>	
Афенченко Г.В., Шумлянська Н.В. РОЛЬ ОСВІТНЬОГО ТУРИЗМУ У РОЗВИТКУ ЛЮДСЬКОГО КАПІТАЛУ	284
Беженар І.М. ВПЛИВ СІЛЬСЬКОГО ЗЕЛЕНОГО ТУРИЗМУ НА РОЗВИТОК СІЛЬСЬКИХ ТЕРИТОРІЙ	286
Бобко А. С., Харченко О. М. СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ НА ОСНОВІ РЕКРЕАЦІЙНОГО ПОТЕНЦІАЛУ НА НАЦІОНАЛЬНОМУ РИНКУ ТУРИСТИЧНИХ ПОСЛУГ	291
Болтянська Л.О. СТАН РИНКУ ТУРИСТИЧНИХ ПОСЛУГ В УКРАЇНІ	294
Васильцова С.О. ВИКОРИСТАННЯ МАРКЕТИНГУ ТЕРИТОРІЙ ДЛЯ РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ КРАЇНИ В УМОВАХ ІНФОРМАТИЗАЦІЇ СУСПІЛЬСТВА	297
Воробйова С.С., Кушнірук В.С. ІНФРАСТРУКТУРНІ ПОТРЕБИ РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ В РЕГІОНАХ УКРАЇНИ	299
Гачик В., Чебанова Т. Є. СУЧАСНИЙ СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ БЕССАРАБІЇ	303
Григор'єв Д. В., Павлюк С. І. МАРКЕТИНГОВА СТРАТЕГІЯ ЯК ІНСТРУМЕНТ ПІДВИЩЕННЯ ЯКОСТІ ОБСЛУГОВУВАННЯ ТА ЗАДОВОЛЕНОСТІ ТУРИСТІВ	308
Дикань В. В., Торопова Д. Д. ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ЕКОЛОГІЧНОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ	310
Долинська О. О., Кручок А. Ю. ПЕРСПЕКТИВНІ НАПРЯМИ РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ В ПІСЛЯВОЄННИЙ ПЕРІОД	312
Дорогін М. С., Косенко О.П. БРЕНД-МЕНЕДЖМЕНТ ЯК ФАКТОР УСПІХУ	314
Єфремов Д. І., Кізюн А.Г. РЕГІОНАЛЬНИЙ ТУРИЗМ В УКРАЇНІ: СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ	317
Жук П. В. РЕЙТИНГИ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ТУРИСТИЧНО-РЕКРЕАЦІЙНОЇ СФЕРИ РЕГІОНІВ УКРАЇНИ: ДОВОЄННИЙ ВИМІР ТА ВПЛИВ ВІЙНИ	320
Завадських Г.М. ТУРИСТИЧНА ГАЛУЗЬ УКРАЇНИ ПІСЛЯ ВІЙНИ: ПРОБЛЕМИ І ПЕРСПЕКТИВИ ВІДНОВЛЕННЯ	322

Загалом у період після 24 лютого 2022 р. надходження від туристичної діяльності в Україні зменшилися на третину. Відбулися значні зміни у її географії. Разом з тим, можна стверджувати, що у повоєнному періоді регіони з високим потенціалом конкурентоспроможності ТРС можуть очікувати як її відродження, так і орієнтуватися на подальший розвиток туризму і рекреації.

#### **Список використаних джерел:**

1. Конкурентоспроможність туристично-рекреаційної сфери регіонів України: науково-аналітична записка; ДУ «Інститут регіональних досліджень імені М. І. Долишнього НАН України». Львів, 2023. 34 с. URL: <http://ird.gov.ua/irdp/e20230001.pdf>
2. Туристична статистика України за I півріччя 2023 р. URL: <https://www.tourism.gov.ua/blog/dinamika-podatkovih-nahodzhzen-vid-regioniv-za-i-pershe-pivrichchya-2023-roku>

**Завадських Г.М.**  
*кандидат економічних наук, доцент,  
доцент кафедри економіки і бізнесу  
Таврійський державний агротехнологічний університет  
імені Дмитра Моторного  
м. Запоріжжя, Україна*

## **ТУРИСТИЧНА ГАЛУЗЬ УКРАЇНИ ПІСЛЯ ВІЙНИ: ПРОБЛЕМИ І ПЕРСПЕКТИВИ ВІДНОВЛЕННЯ**

Нині в Україні в умовах війни саме туризм як економічний атрактор сприяє вирішенню деяких політичних і економічних завдань держави та визначає стан розвитку національної економіки. Туристична сфера поєднує усі складові сталого розвитку (економічну, соціальну, екологічну, а також політичну), сприяючи економічному зростанню та соціальному благополуччю, збереженню та охороні навколишнього середовища.

Українські природні й антропогенні комплекси зазнали величезних руйнувань після повномасштабного вторгнення російських військ унаслідок мінувань, пожеж та обстрілів, що призвело до забруднення середовища й руйнування ґрунтів і рослинності, погіршення умов проживання та знищення диких тварин, порушення зв'язків у біогеоценозах. Особливо небезпечні для відвідування туристами залишаються території, на яких точилися бої або які були окуповані російськими військами, адже на очищення місцевості від небезпечних предметів та відновлення зруйнованих природно-заповідного та лікувально-оздоровчого фондів потрібен час і значні затрати ресурсів [5].

Питання невизначеності строку перехідного періоду видається ключовим для реалізації екосистемного підходу до відновлення безпеки туристично-рекреаційного потенціалу. Практично неможливо спрогнозувати зміну статусу регіонів у зв'язку з динамікою бойових дій та переміщень військ противника.

Закономірно, що така неясність впливає на ускладнення стратегічного, у тому числі – фінансового планування на рівні держави, регіонів і суб'єктів господарювання.

Український туризм зараз втрачає значні кошти. Перш за все, це пов'язано зі зменшенням загальної кількості туристів. Наразі Україна повністю позбавлена іноземних туристів, у 2020 році їх кількість досягла близько 4 мільйонів, з яких близько 90 тисяч скористалися послугами українських турфірм. 13 із 24-ти областей України майже повністю припинили діяльність туристичних підприємств [2].

Повномасштабне вторгнення росії на територію України 24 лютого 2022 року поставило під загрозу не лише туризм на теренах України, але і міжнародний сектор подорожей, який щойно почав відновлюватись від втрат, викликаних пандемією Covid-19.

До причин, що стали перешкодою розвитку в'їзного туризму на сьогоdnішньому етапі розвитку подій належать: воєнні дії на території України, що несуть небезпеку не лише для туристів, але і для всього населення України, особливо в місцях окупації та ведення активних бойових дій; втрата значної частини туристично-рекреаційних ресурсів (історичних пам'яток, пам'яток культури, архітектури, релігійно-туристичних об'єктів, природно заповідного та лікувальнооздоровчого фонду) у зв'язку із їх повним або частковим руйнуванням внаслідок бойових дій або із розміщенням в зонах окупації чи бойових дій; руйнування інфраструктури в районах проведення активних бойових дій (заклади розміщення, заклади харчування, заклади розваг тощо); закриття повітряного простору для цивільної авіації; порушення логістики на території України, що пов'язано або із руйнуванням шляхів сполучення або із розміщенням окупаційних військ на шляхах сполучення

Значна частина туристичних компаній вимушена була закритись, деякі змінили свою діяльність на волонтерство. У багатьох містах екскурсоводи для вимушених переселенців організували екскурсії на основі добровільних внесків і перераховували ці кошти Збройним силам України. У таких регіонах України, як Запорізька, Дніпропетровська, Сумська, Харківська, Донецька, Луганська області, є значні втрати туристичного потенціалу та руйнування туристичної інфраструктури. До війни туристичний потенціал прифронтових громад Запорізької, Дніпропетровської, Сумської, Харківської та Донецької областей України був колосальним, а туристична сфера стабільно розвивалася. Однак унаслідок російської агресії в Україні було знищено значну кількість цінних туристичних локацій та інфраструктури, закрито безліч туристичних підприємств, майже припинив своє існування сільський туризм на території Запорізької, Харківської та Донецької областей.

Суттєве зниження туристичних зборів зафіксовано на територіях, де велися чи ведуться бойові дії, а також на окупованих територіях. У Миколаївській області розмір туристичного збору зменшився на 63%, у Луганській - на 60%, у Сумській - на 48%, у Херсонській - на 46%, у Запорізькій - на 41%.

Запорізька область характеризується поєднанням природних умов, ландшафтів і різноманітних рекреаційних ресурсів, які сприяють розвитку туристичної галузі. До війни 2022 року Запорізька область мала високий потенціал туристичної галузі, який включав: мальовничу природу (р. Дніпро, о.Хортиця, південь області омивається водами Азовського моря, Український державний природний заповідник Національної академії наук України «Кам'яні могили»); мінеральні води та лікувальні грязі (Молочний та Утлюцький морські лимани); історична та архітектурна спадщина (проспект Соборний – найдовший в Європі, Дніпрогес, концертна зала імені Глінки, Запорізький музично-драматичний театр імені Магара з колонним фасадом; музей запорізького козацтва, краєзнавчий, художній, музей історії запорозького козацтва Національного заповідника, історикокультурний комплекс „Запорізька Січ», Василівський історико-архітектурний музей-заповідник „Садиба Попова); курорт державного значення Бердянськ, місто Приморськ та селище Кирилівка користувались великою популярністю у відпочиваючих, як курортні центри; функціонувало близько 500 оздоровчих закладів.

Лідерами за показниками роботи суб'єктів туристичної діяльності були м. Запоріжжя, м. Бердянськ, м. Мелітополь, м. Енергодар, м. Приморськ, Василівський та Якимівський райони.

Велика кількість людей, майже півмільйона людей, на Приазов'ї, жили саме від туризму. І зараз це все зруйновано, і відновлення буде займати роки.

Доцільно наголосити, що індустрія туризму продовжує функціонувати навіть під час війни. Незважаючи на втрати українського туристичного сектору через війну, за перші чотири місяці 2022 року сума туристичного збору становила 64 млн 611 тис. грн, що майже на 65% більше, ніж за аналогічний період 2021 року, коли до бюджету надійшло 39 млн.206 тис. грн [1].

Після війни на країну та її громадян чекає багато роботи по її відбудови. Відповідно до Указу Президента від 21 квітня 2022 року № 266/2022 «Питання Національної ради з відновлення від наслідків війни», розроблений План післявоєнного відновлення та розвитку України на найближчі 10 років, згідно з яким визначено основні проблеми, цілі, завдання у сфері туризму і курортів. Враховуючи цілі, які визначені на рівні держави, варто їх конкретизувати для відновлення діяльності галузі туризму регіону з урахуванням туристичного потенціалу регіонів, заподіяної шкоди та перспектив відбудови [4].

Для забезпечення повоєнного відновлення сфери туризму в Україні, опираючись на завдання, визначені у Проекті Плану відновлення України, доцільно провести [2]:

- реконструкцію туристичної інфраструктури, зокрема: створення довідників знищених туристичних об'єктів; створення архів пам'яті; створення концепції відновлення інфраструктури легкого туризму; залучення інвесторів до процесу ініціювання робіт з відновлення та реконструкції туристичної інфраструктури;

- розвиток внутрішнього та в'їзного туризму, зокрема: реалізація

комунікаційних стратегій для просування туристичного потенціалу України; розробка стратегії маркетингового бачення туризму до 2032 року; популяризація України шляхом організації багатьох заходів у європейських готелях та туристичних закладах, розкриваючи потенціал туристів на міжнародній арені та створюючи стійке бажання відвідати Україну після перемоги;

- інституційне забезпечення суб'єктів туристичної діяльності та подальший розвиток бізнесу, зокрема: прийняття в другому читанні Закону України «Про туризм» з урахуванням норм Директиви ЄС; підготовка законопроекту «Про національну туристичну організацію»; розробка та реалізація програм реабілітації та реінтеграції осіб, які постраждали внаслідок бойових дій в Україні (військовослужбовців, їхніх сімей, тимчасово переміщених осіб, жінок і дітей з окупованих і неокупованих територій тощо).

Розвиток інфраструктури є однією з ключових програмних моделей розвитку туристичного бізнесу після війни і потребуватиме великих капіталовкладень. Відновлення інфраструктури передбачатиме ремонт та будівництво доріг, аеропортів і інших транспортних об'єктів, а також відновлення основних комунікацій, таких як електроенергія та водопостачання. Розвиток інфраструктури має важливе значення для відновлення індустрії туризму після війни, оскільки це дасть можливість туристам подорожувати в постраждалі регіони та всередині них.

Важливим напрямом післявоєнного відновлення України буде спроможність України реалізувати масштабну маркетингову кампанію на зовнішніх ринках, що змінить сприйняття нашої країни з місця бойових дій на безпечні локації для подорожей. Програми майбутнього відновлення країни обов'язково повинні охоплювати сферу туризму [3].

З огляду на окреслені чинники, припускаємо, що у центрі уваги внутрішніх туристів після завершення війни буде рекреаційний, санаторно-курортний, медичний, психологічний, етнографічний, «пам'ятний», темний, а також мілітарний туризм. Географічно відновлення потенціалу внутрішнього туризму розширюватиметься по мірі відновлення безпеки територій.

Основи для екосистемного відновлення безпеки туристично - рекреаційного потенціалу необхідно закладати уже зараз. Це дозволить спланувати відновлення і соціально-економічний розвиток регіонів, сфокусувати необхідні інвестиції і людські ресурси для досягнення сталого розвитку у короткостроковому періоді і забезпечення конкурентоздатності української туристично-рекреаційної галузі на міжнародному ринку у довгостроковій перспективі.

Ефективний маркетинг і просування також можуть бути важливою складовою розвитку туристичного бізнесу після війни. Маркетингові та рекламні кампанії допоможуть змінити сприйняття регіону як небезпечного чи пошкодженого, а також можуть залучити до регіону туристів. Маркетинг і просування можна здійснювати за допомогою різноманітних каналів, включаючи соціальні мережі, онлайн-рекламу та цільові кампанії для певних

демографічних груп. Ефективний маркетинг і просування можуть допомогти підтримати відновлення та зростання індустрії туризму після війни, залучаючи туристів і створюючи дохід для місцевого бізнесу.

Щоб відновити позиції України на післявоєнному міжнародному ринку туристичних послуг, туристичні підприємства повинні знайти нові способи реклами та продажу своїх продуктів і послуг. Одним із них є створення системи раціональних взаємозв'язків для вирішення певних планових завдань. Правильна їх інтеграція дозволить забезпечити синергетичні зв'язки та посилити дії один одного.

На шляху повоєнного відновлення сфери туризму в Україні доцільно також врахувати досвід інших країн, які теж були у кризових ситуаціях, економіка яких, і сфера туризму зокрема, була зруйнована через війну, і тепер успішно розвиваються, насамперед у сфері туризму.

#### **Список використаних джерел:**

1.Моца А.А., Шевчук С.М., Серета Н.М. Перспективи післявоєнного відновлення сфери туризму в Україні. Економіка та суспільство. 2022. №41. <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-41-31>

2.Проект Плану відновлення України. Матеріали робочої групи «Аудиту збитків, понесених внаслідок війни». URL: <https://www.kmu.gov.ua/diyalnist/nacionalna-rada-z-vidnovlennya-ukrayini-vid-naslidkiv-vijni/robochi-grupi>

3.Тебенко В.М., Завадських Г.М., Лисак О.І. Інноваційні складові відновлення сфери туризму. «Бізнес-навігатор», №3 70). 2022. С.70-75.

4.Холодок В. Управління туризмом на регіональному рівні в умовах війни та стратегії на майбутнє. Таврійський науковий вісник. Серія: Економіка. 2023. (16), 206-214. <https://doi.org/10.32782/2708-0366/2023.16.27>

5.Шевченко Н. О. Організація туристичної діяльності в природних ландшафтах повоєнного періоду. Вісник Національної академії керівних кадрів культури і мистецтв: наук. журнал. 2023. № 1. С. 75–80.

6.Trusova, N.V., Kyrylov, Y.Y., Hranovska, V.Hr., Krykunova, V.M., Sakun, A.Zh. The imperatives of the development of the tourist services market in spatial polarization of the regional tourist system. Geojournal of Tourism and Geosites. 2020. 29(2). p. 565–582.

**Зарва А. О.**

*здобувачка факультету торгівлі та маркетингу*

**Василишина Л. М.**

*кандидат економічних наук, доцент кафедри маркетингу*

*Державний торговельно-економічний університет*

*м. Київ, Україна*

## **ВНУТРІШНІЙ ТУРИЗМ В УКРАЇНІ В УМОВАХ ПОВНОМАСШТАБНОЇ ВІЙНИ**

Активний розвиток українського туризму розпочався у 90-ті роки минулого століття і триває більше тридцяти років. Цьому сприяють помірний клімат, різноманітний рельєф, великий рекреаційний потенціал та багата