

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
Цвілій 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
Секція 2.	
РОЗВИТОК ТУРИЗМУ ТА ГОСТИННОСТІ В РЕГІОНАХ УКРАЇНИ	
Афенченко Г.В., Шумлянська Н.В. РОЛЬ ОСВІТНЬОГО ТУРИЗМУ У РОЗВИТКУ ЛЮДСЬКОГО КАПИТАЛУ	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

Болтянська Л.О.
*кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри економіки і бізнесу
Таврійський державний агротехнологічний
університет імені Дмитра Моторного,
м. Запоріжжя, Україна*

СТАН РИНКУ ТУРИСТИЧНИХ ПОСЛУГ В УКРАЇНІ

Туризм сьогодні вважається одним із найперспективніших напрямків соціально-економічного розвитку країни, регіонів і міст. Аналіз ситуації в Україні показує, що індустрія туризму в довоєнний період розвивалась поступово в темпі стабільного зростання.

Туристична галузь є надзвичайно важливою для економіки нашої країни і розвиток цієї сфери суспільного життя має бути одним із пріоритетів на найближчу перспективу. Згідно з дослідженнями Всесвітньої туристичної організації, позитивний вплив туризму на економічну діяльність невідомо зростає. Зокрема, розвиток туризму в Україні має значний вплив на такі галузі економіки, як транспорт, торгівля, зв'язок, будівництво, сільське господарство та виробництво споживчих товарів. Виступає одним із найперспективніших напрямів структурної перебудови економіки, який підтримує національні традиції, стимулює розвиток народних промислів і потребує збереження природи та створення сприятливих соціальних умов для її функціонування.

Ринок туристичних послуг має достатньо динамічну тенденцію. Питома вага послуг туристичної індустрії, за даними Державної служби статистики України, в загальному обсязі послуг в період до 2019 року стабільно збільшується. Проте, періоди пандемії COVID-19 та військових дій, пов'язаних з повномасштабним вторгненням агресора, виявили макроекономічну значущість туризму більшості економічних систем. Багато підприємств сектору борються за виживання, і це зумовлює негативний вплив на усіх учасників туристичного ланцюга, а особливо, сільські громади, корінні народи та неформальних працівників – прошарки спільноти, які найчастіше бувають задіяні у мікро- та малому туристському бізнесі. Ця криза також створила негативні наслідки для економічних систем з низькими доходами, їх місцевих громад, які непропорційним чином залежать від туризму і, отже, знаходяться під серйозною загрозою ще більшої бідності.

Від'ємна тенденція обсягу реалізованих послуг в період 2018-2020 рр. підтверджує раніше зроблені висновки. Вартість наданих туристичних послуг в цілому в Україні в звітному році скоротилась порівняно з 2018 р. на 4,6%, що становить 12167 млн. грн. Проте, за цей час, за певними видами наданих послуг спостерігається зростання їх вартості. Зокрема, вартість проживання зросла на 6,1%, послуги щодо забезпечення стравами та напоями – 14,4%, вартість надання послуг в сфері культури зросла майже на 43%. За всіма іншими видами послуг проглядається зменшення їх вартості. Графічно склад та динаміку

обсягу реалізації основних видів послуг в туризмі наведено на рис. 1.

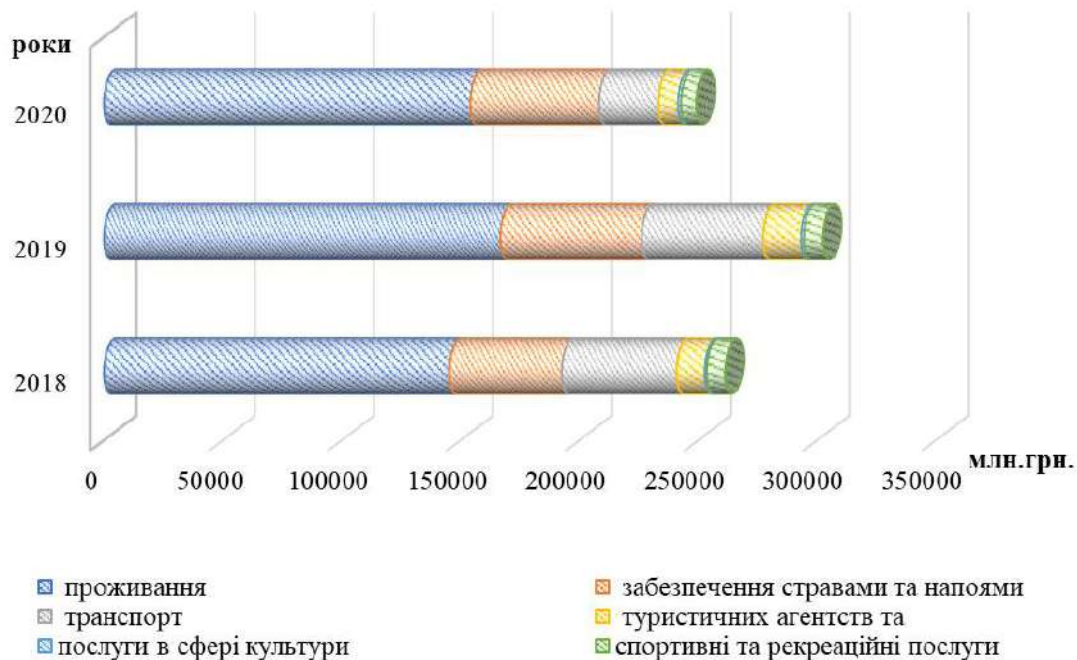


Рис. 1. Склад та динаміка обсягу реалізованих основних видів послуг галузі туризму в Україні

Джерело: складено автором на основі [4]

Для розвитку туристичної сфери в Україні створені всі умови. Завдяки вигідному геополітичному положенню Україна має значний рекреаційний потенціал: сприятливі кліматичні умови, різноманітний рельєф, мережу транспортного сполучення та культурну спадщину. Крім того, в Україні, в довоєнний час, зростала кількість нових маршрутів, розвивалась готельна інфраструктура, покращився рівень туристичних послуг, зростала кількість відвідувачів туристичних об'єктів. В сукупності ці умови сприятимуть динамічному розвитку туристичного бізнесу в Україні в повоєнний період.

Проте, аналіз туристичних потоків відображає невтішну тенденцію в продовж аналізованого періоду. Позначається скорочення кількості туристів обслуговуваних суб'єктами туристичної діяльності України – зменшення обсягу потоку майже в двічі. Відносно до категорії туристів, відмітимо, що значно зменшився (на 47%) потік туристів - громадян України, які виїжджали за кордон, що становить 1899 тис. осіб. Одночасно спостерігається скорочення (на 51,3%) потоку туристів в межах України – внутрішні туристи.

Схожа тенденція спостерігається за потоками іноземних громадян, які відвідали Україну та потоком громадян України, які виїжджали за кордон. Потік виїзного туризму в період з 2016 року до 2018 року включно, було збільшено українськими громадянами до 24,66 мільйонів осіб порівняно з попередніми періодами. Така позитивна динаміка тривала в період до початку 2019 року. В подальшому спостерігається зниження виїзних потоків українських туристів, що пов'язано зі світовою пандемією COVID-19.

Суттєвих змін, в 2020 році, набув перелік країн виїзного потоку. Проведений аналіз виїзних туристичних потоків в період до 2019 р. за країнами, спираючись на дані Державної служби статистики України, свідчить, що в 2016-2017рр українські туристи виїжджали до найближчих держав, а саме: Польщі, Молдови, Угорщини, Єгипту, Туреччини, Словаччини, Грузії та інших. Відомо, що значні туристичні потоки українців до Польщі зумовлені трудовою міграцією. Адже, як відомо, більшість громадян України виїжджають на роботу за кордон за допомогою туристичних, гостьових віз, ваучерів чи запрошень. Як правило, після завершення строку дії такої візи, заробітчани не афішують свою присутність в іноземній країні та відповідно вимушені переходити на нелегальне становище. Крім того, виїзд українців до Польщі необов'язково означає, що це їх остаточне місце призначення. В'їхавши в шенгенську зону офіційно, мігрант може опинитися нелегалом у будь якій іншій країні учасниці. Адже, Польща, є свого роду роль перевального пункту, для подальшого виїзду до Італії, Іспанії, Португалії та Австрії.

Окрім значного скорочення кількості виїздів значно змінився перелік країн-лідерів, до яких виїжджали українці в 2020 році. Країнами-лідерами, до яких подорожували українці в звітному році стали Єгипет та Туреччина 46% та 41% відповідно від загального обсягу потоку. Адже, основною метою поїздок стало дозвілля та відпочинок. В країни Євросоюзу виїзний потік знизився до мінімуму, в зв'язку встановленими правилами та умовами в'їзду відносно COVID-19.

Згідно з даними Державної служби статистики, з 2016 року в'їзний туризм в Україні також зростає в період до 2018 року, кількість іноземних громадян, що відвідали нашу країну досягла відмітки у 14,3 мільйонів. В час до 2018 року більшість іноземних громадян в'їжджали до України з найближчих країн, а саме: з Молдови – 4,29 мільйони осіб, Білорусії – 1,82 мільйони, Угорщини – 1,26 мільйони, Польщі – 1,19 мільйони осіб та інших країн. Географія країн, з яких в'їжджали іноземці в Україну була достатньо широкою. Проте, вже в 2020 році перелік країн з яких в'їжджали іноземці зазнав змін. Одна шоста всіх іноземці, які відвідали країну в 2020 році приїхали з Туреччини, однаковим розміром в'їзного потоку відзначились країни: Індія, Велика Британія, США, Молдова та Китай. Зазначимо, що метою даних поїздок стало переважно службовий та діловий напрямок.

Таким чином, незважаючи на значний потенціал, в час до пандемії були присутні позитивні тенденції розвитку туристичної галузі України. Однак, на жаль, туристична галузь, одна з небагатьох галузей, яка опинилась в занепаді в наслідок впливу Світової пандемії COVID-19. Окрім цього, зазначимо, що на початку війни в Україні туристична діяльність взагалі припинила своє існування, тільки після більш-ніж півроку від початку деякі суб'єкти туристичної діяльності почали відновлювати свою роботу. Проте, існує дуже багато вимог щодо ведення діяльності туристичного бізнесу, пов'язаних з встановленням воєнного стану. Деякі підприємці переорієнтували свою діяльність відповідно до реалій, змінили вид діяльності та асортимент наданих

послуг. Також, зазначимо, що з 2021 року відсутня вся статистична інформація щодо основних показників, що характеризують стан туристичної діяльності в Україні, інформація щодо кількості туристів та суб'єктів, що ведуть діяльність за видами туризму. Отже відсутня можливість здійснити реальну оцінку сучасного стану туристичного ринку. Ці умови реалій вимагають від суб'єктів туристичної галузі спиратись поки лише на свої можливості, швидко реагувати на зміни зовнішнього середовища задля підвищення результативності свого бізнесу.

Список використаних джерел:

1. Болтянська Л. О. Тенденції і проблеми розвитку малого підприємництва в Україні / Г.М. Завадських, Л.О. Болтянська, М.А. Терещенко //International Scientific Conference Economy Digitalization: Processes, Strategies, Technologies: Conference Proceedings, January 24th, 2020, Kielce, Poland: Baltija Publishing, P. 38-41
2. Глубоченко К. О., Дорошенко О. М. Аналіз сучасного стану ринку та перспективи туристичних послуг в Україні // Modern Economics. 2021. № 30(2021). С. 71-75. DOI: [https://doi.org/10.31521/modecon.V30\(2021\)-11](https://doi.org/10.31521/modecon.V30(2021)-11).
3. Про схвалення Стратегії розвитку туризму та курортів на період до 2026 року. URL:<https://www.kmu.gov.ua/ua/npas/249826501>
4. Сайт Державної служби статистики України. URL: <https://www.ukrstat.gov.ua/>

Васильцова С.О.

**кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри маркетингу
Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут»
м. Харків, Україна**

ВИКОРИСТАННЯ МАРКЕТИНГУ ТЕРИТОРІЙ ДЛЯ РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ КРАЇНИ В УМОВАХ ІНФОРМАТИЗАЦІЇ СУСПІЛЬСТВА

Ефективний маркетинг територій передбачає розробку унікального бренда та ідентичності країни. Це допомагає привертати увагу та запам'ятовуваність для потенційних туристів. Важливо підкреслити унікальні риси, культурний спадок та природні краси країни. Аналіз ринку та розуміння потреб та попиту туристів є важливою передумовою для розробки маркетингових стратегій. Дослідження допомагають визначити цільову аудиторію, їхні інтереси та переваги [1, с.15].

Використання різних каналів промоції, таких як соціальні медіа, веб-сайти, туристичні агентства, події та інші, дозволяє підвищити свідомість про країну та привернути туристів. Рекламні кампанії та заходи залучають увагу та створюють інтерес.

Розвиток туризму вимагає відповідної інфраструктури, включаючи готелі, ресторани, транспортні засоби, а також культурні та розважальні заклади. Інвестиції у покращення інфраструктури можуть зробити країну більш привабливою для туристів. Співпраця з туроператорами, авіакомпаніями,