

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 2

Харків
2023

ЗМІСТ

<i>Секція 3.</i> ФІНАНСОВО-ЕКОНОМІЧНІ ТА ОРГАНІЗАЦІЙНІ ЗАСАДИ РОЗВИТКУ СФЕРИ ГОСТИННОСТІ І ТУРИЗМУ	
Bieloborodova M. PROSPECTS FOR CLUSTERIZATION OF THE MEDICAL TOURISM INDUSTRY IN UKRAINE	11
Tiutiunnyk H.O. MULTIFUNCTIONAL AQUACULTURE INNOVATION CENTERS AS A TOOL FOR POST-WAR DEVELOPMENT OF TOURISM AND HOSPITALITY IN UKRAINE	14
Veres Somosi Mariann, Piskoti Istvan, Nagy Szabolcs MARKETING FEATURES OF THE INTERNATIONAL MARKET OF TOURIST SERVICES	18
Баландіна І.С., Нікітенко В.С., Близнюк Д.В. ПЛАНУВАННЯ, ЯК ІНСТРУМЕНТ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА	21
Вершинін М.П. ВПЛИВ ВОЄННИХ ПОДІЙ НА МІГРАЦІЙНІ ПРОЦЕСИ РЕГІОНІВ УКРАЇНИ	26
Вишняков О.В., Стригуль Л.С. ІННОВАТИВНИЙ ПІДХІД ДО ПІДВИЩЕННЯ АКТИВНОСТІ ОРГАНІЗАЦІЙНО-ЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА СФЕРИ ГОСТИННОСТІ	28
Горобець І.М., Личак Д.В., Несторишен І.В. (науковий керівник) ДОСЛІДЖЕННЯ ЧИННИКІВ МОТИВАЦІЇ ТУРИСТИЧНИХ ПОДОРОЖЕЙ В УКРАЇНІ З ПОЧАТКОМ ВІЙСЬКОВОЇ АГРЕСІЇ рф	30
Гризівська Л.О., Петриченко Д.О. ОСОБЛИВОСТІ РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНОГО РИНКУ ВІДПОЧИНКУ ТА РОЗВАГ	34
Гринько Т.В., Гвініашвілі Т.З. ВИКОРИСТАННЯ МАТРИЧНИХ МЕТОДІВ АНАЛІЗУ СТРАТЕГІЧНИХ АЛЬТЕРНАТИВ СУБ'ЄКТАМИ ГОТЕЛЬНОГО БІЗНЕСУ	37
Гуменюк Ю.П., Гук Ю.В. ТЕОРЕТИЧНЕ ОБҐРУНТУВАННЯ ЗВ'ЯЗКІВ МІЖ ТУРИЗМОМ ТА ЕКОНОМІЧНИМ РОЗВИТКОМ	41
Devadze A.Kh., Devadze L. A, Gogolishvili T. M. ISSUES OF REVIVING INTERNATIONAL TOURISM IN GEORGIA AFTER COVID-19 PANDEMIC	44
Довгий Н.Р., Кізьюн А.Г. ТУРИСТИЧНИЙ ПОПИТ ТА ФАКТОРИ ЙОГО ФОРМУВАННЯ НА МІЖНАРОДНОМУ РИНКУ	47
Лісовий А.В., Долга Г.В. ОРГАНІЗАЦІЙНІ ЗАСАДИ РОЗВИТКУ СФЕРИ ГОСТИННОСТІ	50
Жадан Т.А., Голованенко І.К. ОСОБЛИВОСТІ ДОКУМЕНТАЛЬНОГО ОФОРМЛЕННЯ РОЗРАХУНКІВ ЗІ СПОЖИВАЧАМИ ЗА НАДАНІ ГОТЕЛЬНІ ПОСЛУГИ	53
Заруба В.Я. СИСТЕМНИЙ АНАЛІЗ МАРКЕТИНГОВОЇ АКТИВНОСТІ У СФЕРІ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ТУРИЗМУ	57
Затинайченко А.В., Косенко О.П. ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ МАРКЕТИНГУ ТУРИЗМУ ПІД ЧАС ВІЙНИ	61
Іваненко В.О., Зайчук А.В. КОМПАРАТИВНИЙ АНАЛІЗ ОСНОВНИХ ФОРМ ФУНКЦІОНУВАННЯ ЗАКЛАДІВ РОЗМІЩЕННЯ ЯК ІНСТРУМЕНТ ЕФЕКТИВНОГО УПРАВЛІННЯ В ГОТЕЛЬНИХ МЕРЕЖАХ	63
Kovalenko N. TRENDS OF PROJECT MANAGEMENT IN THE TOURISM BUSINESS	66
Красномовець В. А. НАПРЯМИ ВОДОЗБЕРЕЖЕННЯ НА ПІДПРИЄМСТВАХ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА	69
Криворучко Г.В., Гордієнко В.С. УПРАВЛІННЯ ВНУТРІШНІМИ ТА ЗОВНІШНІМИ КОНФЛІКТАМИ В СФЕРІ ТУРИЗМУ	74
Круглянюк А. В. ОСОБЛИВОСТІ ВРАХУВАННЯ ЕКОНОМІЧНИХ РИЗИКІВ У МЕНЕДЖМЕНТІ БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ ЗА УМОВ ВІЙНИ	77
Кушнірук В.С., Ізбаш В.М. ОРГАНІЗАЦІЙНІ СТРАТЕГІЇ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ГОТЕЛІВ	79
Матвійчук К.О. Осіпчук А.С. (науковий керівник) ОРГАНІЗАЦІЙНО-ЕКОНОМІЧНИЙ МЕХАНІЗМ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ СТАЛОГО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ	82

development of a network of production-technological and socio-business centers, business incubators and techno parks.

Literature / bibliography:

1. Georgian national tourism association <https://gnta.ge/ge>.
2. Devadze A, Devadze L. Covid -19 Pandemic and tourism in Georgia: Challenges and development prospects. Participatory movement of science: theses add. XII International Scientific and Practical Internet Conference, April 1-2, 2021 - Dnipro, Ukraine, 2021. - Volume 1. - 493 p.
3. Agency of protected areas of Georgia <https://apa.gov.ge/ge/angariSebi>
4. Prevention of development of Coronavirus in Georgia <https://stopcov.ge/>.

Довгий Н.Р.

здобувач другого рівня вищої освіти

Кізюн А.Г.

*кандидат географічних наук, доцент, доцент кафедри
туризму та готельно-ресторанної справи*

Вінницький торговельно-економічний інститут

Державного торговельно-економічного університету

м. Вінниця, Україна

ТУРИСТИЧНИЙ ПОПИТ ТА ФАКТОРИ ЙОГО ФОРМУВАННЯ НА МІЖНАРОДНОМУ РИНКУ

Туризм є однією з найважливіших галузей світової економіки. У 2022 році міжнародні туристичні подорожі становили 969,4 млн осіб, що на 111% більше, ніж у 2021 році, але це все ще нижче рівня до пандемії (1463,7 млн осіб у 2019 році) [1].

Міжнародний ринок туристичних послуг характеризується високим ступенем динамічності та зростання. Туристи все частіше шукають нові та незвичайні туристичні маршрути та послуги. Це стимулює розвиток таких напрямків, як екологічний туризм, етнічний туризм, гастрономічний туризм та інші види туризму. У 2022 році найбільшими експортерами туристичних послуг були: Франція, США, Іспанія, Італія, Китай. При цьому зростає популярність туристичних напрямків, що раніше не були популярними, наприклад, Азії, Африки, Латинської Америки. Це пов'язано з низкою факторів, таких як, зростання рівня життя населення, розвиток транспортної інфраструктури, підвищення рівня освіти та культури населення, глобалізація та інтернаціоналізація світової економіки, зміна цінової політики, зростання ролі туризму у соціальному розвитку суспільства. У найближчі роки очікується подальше зростання міжнародного ринку туристичних послуг.

За прогнозами ВТО, до 2030 року кількість міжнародних туристичних прибуттів у світі зросте до 2,2 млрд осіб. Це зростання матиме значний вплив

на економіку багатьох країн. Туризм є однією з найбільших галузей світової економіки, і його зростання створює нові робочі місця, сприяє розвитку інфраструктури і підвищує добробут населення [1].

Туристичний попит – це потреба і можливість споживачів у здійсненні туристичних поїздок. Він визначається як сукупність потреб у туристичних послугах, які мають потенційні туристи. У розвинених країнах з високим рівнем доходу попит на туристичні послуги може бути більш чутливим до психологічних, а не економічних факторів. Попит на деякі туристичні послуги напряму пов'язаний зі зростанням доходів населення. Вагомими факторами, що впливають на розвиток внутрішнього туризму та туристичний попит, є рівень розвитку інформаційних технологій, технологічні інновації та стан технологічної інфраструктури, включаючи розвиток транспорту (автомагістралей, доріг, залізниць та аеропортів). Технологічні фактори дозволяють суспільству підвищити рівень мобільності та покращити використання туристичних послуг [3]. Туристичний попит є складним соціально-економічним явищем, яке визначається низкою факторів. Фактори формування туристичного попиту можна розділити на економічні, соціальні, політичні та природно-кліматичні [4].

Економічні фактори є найбільш важливими для формування попиту на міжнародні туристичні поїздки. Вони визначають платоспроможність потенційних туристів та їхню можливість витратити гроші на туристичні послуги.

До основних економічних факторів формування туристичного попиту належать: рівень доходів населення (чим вищий рівень доходів населення, тим більша його платоспроможність і тим вищий попит на туристичні послуги); ціни на туристичні послуги (зростання цін на туристичні послуги може значно зменшити попит); рівень інфляції (високий рівень інфляції зменшує попит на туристичні послуги).

Соціальні фактори також мають значний вплив на формування попиту на туристичні послуги. Вони визначають мотиви подорожей, стиль життя та демографічні характеристики потенційних туристів.

До основних соціальних факторів формування туристичного попиту належать: рівень освіти та культури населення (туризм є одним із способів задоволення освітніх та культурних потреб населення); стиль життя населення (подорожі є одним із видів активного відпочинку, який є популярним серед людей які ведуть активний спосіб життя); демографічна структура населення (люди віком від 18 до 55 років є найбільш активною групою споживачів туристичних послуг).

Політичні фактори можуть впливати на формування туристичного попиту як позитивно, так і негативно. До основних політичних факторів формування туристичного попиту належать:

– Політична стабільність у країні. Політична стабільність є передумовою для розвитку туризму.

– Міжнародні відносини між країнами. Дружні відносини стимулюють розвиток туризму між країнами.

– Туристична політика країни. Ефективна туристична політика стимулює розвиток туризму в країні.

– Державна підтримка туризму. Державна підтримка туризму стимулює попит на туристичні послуги.

Таким чином, політичні фактори також можуть впливати на формування туристичного попиту. Вони визначають політичну стабільність у країні, міжнародні відносини між країнами, туристичну політику країни та державну підтримку туризму.

Природно-кліматичні фактори можуть впливати на формування туристичного попиту, визначаючи привабливість певних територій для відпочинку та туризму.

До основних природно-кліматичних факторів формування туристичного попиту належать:

– Природні ресурси країни. Природні ресурси можуть бути використані для туристичного бізнесу в країні.

– Кліматичні умови країни. Сприятливі кліматичні умови можуть стимулювати розвиток туризму.

– Географічне положення країни. Зручне географічне положення може зробити країну більш привабливою для туристів.

Туристичний попит має динамічний характер. Він змінюється в залежності від сезону, політичної ситуації, економічного стану країни тощо. Рівень сезонності в туризмі визначається впливом економічних, психологічних, демографічних, технологічних та матеріально-технічних факторів, які діють на регіональному, національному та глобальному рівнях [5].

Туристичний попит є ключовим фактором розвитку туристичної індустрії. Він визначає обсяги туристичних потоків, рівень доходів від туризму, а також вплив туризму на економіку країни. Збільшення туристичного попиту сприяє збільшенню валютних надходжень, створенню нових робочих місць та розвитку економіки регіонів [2].

Вивчення факторів формування туристичного попиту є важливим для розробки ефективної маркетингової політики туристичних підприємств і організацій. Знання цих факторів дозволяє прогнозувати зміни в туристичному попиті і відповідно до них адаптувати пропозицію туристичних послуг.

Таким чином, для успішного розвитку туризму в країні загалом, важливе значення мають фактори формування туристичного попиту, з урахуванням яких розробляється стратегія його стимулювання. Так, економічні фактори є найбільш важливими для формування попиту на міжнародні туристичні поїздки. Соціальні фактори мають значний вплив на формування попиту, особливо для внутрішнього туризму. Політичні та природно-кліматичні фактори мають менший вплив, але вони також відіграють свою важливу роль у формуванні попиту.

Список використаних джерел:

1. Всесвітня туристична організація (UNWTO). Офіційний сайт. URL: <https://www.unwto.org/tourism-data/global-and-regional-tourism-performance> (дата звернення: 10.11.2023).
2. Особливості туристичного попиту. *Pidru4niki*. URL: https://pidru4niki.com/12980108/turizm/osoblivosti_turistichnogo_popitu (дата звернення: 08.11.2023).
3. Байда Б.Ф. Основні детермінанти туристичного попиту в Україні *Економіка і управління*. 2019. № 4. С. 13-16. URL: http://econ.vernadskyyjournals.in.ua/journals/2019/30_69_4/30_69_4_1/5.pdf (дата звернення: 11.11.2023).
4. Благун І., Румянцева І. Особливості функціонування туристичного попиту в умовах кризових явищ *Наука і техніка сьогодні*. 2022. № 14 (14). С. 110-121. URL: [https://doi.org/10.52058/2786-6025-2022-14\(14\)-110-121](https://doi.org/10.52058/2786-6025-2022-14(14)-110-121) (дата звернення: 10.11.2023).
5. Козловська А. І. Сезонний попит в туризмі та його особливості *Вісник студентського наукового товариства «ВАТРА»*, 2021. № 103. С. 252-258. URL: http://www.vtei.com.ua/doc/2020/23_103_1.pdf#page=252 (дата звернення: 11.11.2023).

Лісовий А.В.

*доктор економічних наук, професор, професор кафедри
аудиту, державного фінансового контролю та аналізу
Державний податковий університет
м. Ірпінь, Україна*

Долга Г.В.

*кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри
менеджменту, маркетингу і міжнародної логістики
Чернівецький торговельно-економічний інститут
Державного торговельно-економічного університету
м. Чернівці, Україна*

ОРГАНІЗАЦІЙНІ ЗАСАДИ РОЗВИТКУ СФЕРИ ГОСТИННОСТІ

Індустрія гостинності в сучасних умовах розвивається швидкими темпами, удосконалюється і розширюється інфраструктура, з'являється багато готелів та ресторанів, баз відпочинку, розширюється мережа санаторно-курортних об'єктів та сфери обслуговування, комунікаційних зв'язків тощо, які задовольняють потреби вітчизняних і закордонних споживачів. Сфера гостинності стає основним сектором економіки в регіонах, що мають значні ресурси туризму та рекреації. Зазвичай ці ресурси використовуються не повною мірою, без ефективної підтримки органів місцевої влади та місцевого самоврядування. Індустрія гостинності – організаційно значно складніша сфера діяльності, яка зорієнтована на задоволення попиту не тільки туристів у вузькому розумінні, подорожуючих у широкому, а також клієнтів, які проживають у місці розташування підприємства гостинності [1, с.760]. В