

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

Якименко-Терещенко Н.В., Білоусов В. А., Титаренко Є.О. ВПРОВАДЖЕННЯ ПРИНЦИПІВ БЕЗВІДХОДНОГО ВИРОБНИЦТВА В ДІЯЛЬНІСТЬ ГОТЕЛІВ	176
Секція 4. ДІДЖИТАЛІЗАЦІЯ ТА STARTUP-ПРОЄКТИ У СФЕРІ ТУРИЗМУ І ГОСТИННОСТІ	
Zips Sebastian, Abdunurova Assem, Zhechev Vladimir LEADING TRENDS IN DIGITALIZATION OF WORLD TOURISM BUSINESS	180
Анопа А.С., Ілляшенко С.М. ВІРТУАЛЬНИЙ ТУРИЗМ ЯК ПЕРСПЕКТИВНИЙ НАПРЯМОК ЙОГО ПОВОЄННОГО ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ	184
Безрученков Ю. В., Шука Г. П. STARTUP -ПРОЄКТИ У РЕСТОРАННІЙ ГАЛУЗІ: ВИКЛИКИ	186
Белікова М. В. МАРКЕТИНГ У СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖАХ: ІНСТРУМЕНТИ КОМУНІКАЦІЙ ПІД ЧАС НАДАННЯ ТУРИСТИЧНИХ ПОСЛУГ	189
Бойко М.В., Салімон О.М. СУЧАСНИЙ ІНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГ У РОБОТІ РЕСТОРАННИХ ЗАКЛАДІВ	192
Ведеріс Д.С., Косенко О.П. ПРОДАКТ-ПЛЕЙСМЕНЕТ, ЯК ІНСТРУМЕНТ ПРОСУВАННЯ БРЕНДУ НА РИНОК	195
Волинець О.О., Кізюн А.Г. РОЛЬ ГОТЕЛЬНИХ АГРЕГАТОРІВ В ТУРИСТИЧНІЙ СФЕРІ	198
Воронкова В.Г., Череп А.В., Нікітенко В.О. ФОРМУВАННЯ МОДЕЛЕЙ КРЕАТИВНОГО СІЛЬСЬКОГО ТУРИЗМУ ЯК ЧИННИКА РЕГЕНЕРАТИВНОГО ВІДНОВЛЕННЯ В УМОВАХ ДІДЖИТАЛІЗАЦІЇ	201
Гасюк М. О. РОЛЬ МАРКЕТИНГУ У ПОВОЄННОМУ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ ІНДУСТРІЇ ТУРИЗМУ ТА ГОСТИННОСТІ	206
Гіхонк А.Ю. ДІДЖИТАЛІЗАЦІЯ КУЛЬТУРНОЇ СПАДЩИНИ ЯК НЕВІД'ЄМНА СКЛАДОВА РОЗВИТКУ У СФЕРІ ТУРИЗМУ ТА ГОСТИННОСТІ	208
Грищенко О.Ф., Бабиш К.В. МІСЦЕ ТА РОЛЬ ДОКУМЕНТУВАННЯ ВИМОГ НА РІЗНИХ СТАДІЯХ ЖИТТЄВОГО ЦИКЛУ ІТ STARTUP-ПРОЄКТІВ	211
Долинська О. О., Бардей О. І. ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ІННОВАЦІЙНОГО ТУРИЗМУ	214
Дрепін І. М., Райко Д. В. ТРЕВЕЛ-БЛОГІНГ, ЯК МАРКЕТИНГОВИЙ ІНСТРУМЕНТ У СФЕРІ ТУРИЗМУ ТА ГОСТИННОСТІ	216
Загоруля С.В., Белікова М. В. ЦИФРОВІЗАЦІЯ ТУРИЗМУ: РОЛЬ ТА ПЕРЕВАГИ СТВОРЕННЯ НАВЧАЛЬНОГО ПОРТАЛУ З ТУРИЗМУ	218
Кізюн А.Г., Фефелов В.О. ІННОВАЦІЇ У ТУРИЗМІ: СУЧАСНІ ПІДХОДИ ДО УПРАВЛІННЯ ТУРИСТИЧНИМИ ОБ'ЄКТАМИ	222
Коваль Є.В., Копейченко Є.А., Стригуль Л.С. ЕКО-ІННОВАЦІЇ В СФЕРІ ТУРИЗМУ ТА ГОСТИННОСТІ УКРАЇНИ	224
Компанець К.А. ПОРІВНЯЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ У ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННИХ КОМПЛЕКСАХ	227
Корнієць Є. С., Колонтаєвський О. П. АВТОМАТИЗАЦІЯ УПРАВЛІННЯ НА ПІДПРИЄМСТВАХ ІНДУСТРІЇ ГОСТИННОСТІ	229
Куліш І. М. ВИКОРИСТАННЯ ІНТЕРНЕТ-РЕСУРСІВ ДЛЯ ОРГАНІЗАЦІЇ ТУРИСТИЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ	234
Лебедева А. А., Компанець К. А. (науковий керівник) DIGITAL-ТЕХНОЛОГІЇ ЯК ОСНОВА РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В УКРАЇНІ	238
Луценко В.В., Дроботова М.В. (науковий керівник) ТУРИСТИЧНА СФЕРА ТА ІННОВАЦІЙНИЙ РОЗВИТОК	241
Люта Д.А. СУТНІСТЬ ДІДЖИТАЛІЗАЦІЇ ЯК ІННОВІНГУ В РЕСТОРАННОМУ БІЗНЕСІ	244
Мельник І. Л., Примак Т. Ю. ЧАТ-БОТИ ЯК ТЕХНОЛОГІЧНІ ДРАЙВЕРИ ВІДНОВЛЕННЯ ТУРИСТИЧНОГО БІЗНЕСУ ПІСЛЯ ПАНДЕМІЇ COVID-19	246
Нечева Н.В. СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ ДІДЖИТАЛІЗАЦІЇ В ТУРИСТИЧНІЙ СФЕРІ	250
Носирев О. О., Луговська Д. В., Коваль К. А. ПРИКЛАДНІ ПРОГРАМНІ ПРОДУКТИ В ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ ІНДУСТРІЇ ТУРИЗМУ ТА ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ	252
Олексенко Р.І., Гарбар Г.А. МІСЦЕ І РОЛЬ СТАРТАПІВ У СФЕРІ ГОСТИННОСТІ І	256

адаптуватися до змін у споживчому поведінці та максимізувати свою присутність на ринку. Вони дозволяють брендам ефективно співпрацювати з медійними особистостями та іншими контент-постачальниками для просування своїх продуктів.

Список використаних джерел :

1. Продакт-плейсмент в Україні та реклама на платформах: що потрібно знати про новачки Закону про рекламу. Електронний ресурс. URL: https://biz.ligazakon.net/analytics/220911_prodakt-pleysment-v-ukran-ta-reklama-na-platformakh-shcho-potrбно-znati-pro-novats-zakonu-pro-reklamu
2. Супрун В. М. Донецький національний університет імені Василя Стуса // продакт-плейсмент в ефірі сучасного телебачення URL: https://www.philol.vernadskyjournals.in.ua/journals/2021/4_2021/part_3/31.pdf
3. Прапори, футболки та аксесуари. Як змінився попит серед українців на патріотичні речі. Електронний ресурс. URL: <https://biz.nv.ua/ukr/markets/yak-zminivsyia-popit-sered-ukrajinciv-na-patriotichni-rechi-za-chas-povnomasshtabnogo-vtorgnennya-50349007.html>
4. Ромат Є. Продакт плейсмент: основні підходи до розуміння. Маркетинг в Україні. 2016. № 1. С. 4–16

Волинець О.О.

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

РОЛЬ ГОТЕЛЬНИХ АГРЕГАТОРІВ В ТУРИСТИЧНІЙ СФЕРІ

Готельні агрегатори відіграють ключову роль в туризмі, надаючи зручний і широкий вибір готелів для мандрівників. Загалом, вони не лише об'єднують інформацію про різноманітні готелі, а також і допомагають туристам знаходити найкращі ціни та забезпечують зручність та ефективність у процесі бронювання.

Такі платформи забезпечують користувачам можливість порівняння різних пропозицій, часто надають відгуки та рейтинги готелів, фотографії та відеоогляди, що полегшує прийняття рішення та підняття довіри користувачів, сприяють конкуренції, що може призвести до покращення якості послуг та зниження цін для туристів.

Також важливо відзначити, що готельні агрегатори допомагають готелям залучати нових клієнтів через широкий онлайн-доступ. Це сприяє глобальній видимості для різних типів помешкань, від невеликих гостьових будинків та хостелів до великих мережевих готелів.

Ці платформи передбачають новітній підхід до пошуку та бронювання житла під час подорожей, роблячи цей процес більш доступним та зручним як для подорожуючих, так і для господарів різноманітних готельних підприємств [3, с. 118].

Готельні агрегатори також сприяють зручності для користувачів шляхом надання одного централізованого ресурсу для бронювання готелів користувачами з різних країн шляхом підтримки різних мов та локалізації інтерфейсів, що економить час і спрощує процес планування подорожей.

Допомагають різним сегментам туристів, забезпечуючи вибір готелів для різних бюджетів та вимог. Це сприяє більшій доступності та різноманітності для подорожуючих [4, с. 425].

Впровадження системами бронювання готелів нових засобів платежів та криптовалют дозволяє організувати для туристів зручну та безпечну оплату бронювання.

Крім того, готельні агрегатори часто пропонують спеціальні пропозиції та знижки, забезпечуючи вигідні умови для користувачів, можуть надавати персоналізовані рекомендації готелів та пропозицій, враховуючи історію пошуку а також попередні вибори туриста, тим самим полегшуючи процес підбору готелю та адаптуючи вартість з урахуванням сезонності та попиту на конкретний готель в даний час.

Деякі платформи можуть надавати інтерактивні карти, які відображають інформацію про транспорт, трафік та події протягом подорожі. Це дозволяє туристам миттєво адаптувати свій маршрут та вибирати оптимальний спосіб переміщення. Такі платформи стають не лише джерелом інформації, але й зручним інструментом для навігації та вивчення нових місць не переходячи на інші платформи [1].

Через масовий перехід готелів на такі платформи створюється конкурентний тиск, що підтримує інновації в готельній галузі. Готелі стають більш активними у вдосконаленні сервісу, ремонтах, реноваціях та інших аспектах, щоб зберегти конкурентоспроможність у великому ринковому середовищі.

Цей конкурентний тиск підштовхує готелі до створення унікальних пропозицій щоб забезпечити повернення гостей та привернути нових. Таким чином, готельна галузь перетворюється на важливе іноваційне середовище, де кожен готель прагне зберегти не лише свою частку на ринку, а й виходити вперед за допомогою якісного обслуговування.

Інтеграція новітніх технологій та розробка новаторських функцій у готельних агрегаторах сприяє постійному розвитку та поліпшенню сервісів для користувачів [4, с.425].

Крім того, готельні агрегатори можуть допомагати місцевим готелям привертати міжнародних та внутрішніх туристів, розширюючи їхню аудиторію за межі свого регіону. Це не лише сприяє розвитку туристичної індустрії, але також може позитивно впливати на економіку конкретних міст, областей чи

країн, мобілізуючи фінансові ресурси через приваблення коштів іноземних туристів.

Також вони надають можливість готелям проаналізувати ринок та співставити свої переваги та недоліки з найближчими конкурентами, для їх подальшого усунення та збільшення конкурентоздатності.

Надають можливість вибрати готелі, що відображають місцеву культуру та традиції. Це дозволяє подорожуючим глибше зануритися в аутентичний досвід та відчути особливий колорит тієї території до якої відноситься обраний заклад готельного господарства.

Під час глобальних подій (наприклад таких як пандемії), деякі сервіси акцентують на здоров'ї та безпеці, надаючи інформацію про заходи, які вживають готелі для захисту гостей.

Сучасні сервіси бронювання все частіше надають увагу готелям та помешканням, які визначаються екологічною відповідальністю. Ця тенденція сприяє розвитку сталого туризму та підвищує свідомість мандрівників щодо екологічних аспектів подорожей. Гости, користуючись такими сервісами, мають можливість обирати проживання, яке враховує екологічні стандарти та пропонує екологічно чисті практики. Це сприяє розвитку готелів, що дбають про довкілля, зменшуючи негативний вплив туризму на природу.

Завдяки зростанню популярності таких платформ готелі створюють нові формати та концепції, пристосовані до сучасних туристичних потреб, що розширює ринок пропозицій [2, с. 42].

Часто вони можуть забезпечувати додаткові послуги, такі як трансфери до готелю, екскурсійний супровід, квитки на події, оренда автомобілів та інші послуги, що роблять подорожі більш комфортними та планованими для мандрівників. Такі платформи стають не лише засобом для пошуку житла, а й повноцінним джерелом інформації та допомоги у повному організаційному аспекті подорожі.

Узагальнюючи, готельні агрегатори не лише забезпечують широкий вибір готелів та зручностей для мандрівників, але і є фактором, який стимулює конкуренцію, сприяючи покращенню якості а також зниженню цін в готельній індустрії. Їх популярність веде до інновацій в самій готельній галузі, змушуючи готелі активно працювати над поліпшенням сервісу та розвитком нових концепцій. Це також призводить до розвитку місцевих туристичних ринків та сприяє економіці різних регіонів.

Важливою частиною ролі готельних агрегаторів є їхня здатність пропонувати не лише житло, але й додаткові послуги та інтерактивні можливості для користувачів, що робить подорожі більш індивідуалізованими та комфортними. Ці платформи полегшують процес бронювання, стають централізованим ресурсом для користувачів, надаючи інформацію, відгуки та рейтинги. Важливо відзначити, що вони допомагають готелям привертати нових клієнтів, забезпечуючи глобальну видимість для всіх типів помешкань.

Таким чином, готельні агрегатори визначають новий стандарт у туристичній галузі, об'єднуючи зручність, доступність та різноманіття для подорожуючих у їхніх мандрівках.

Список використаних джерел:

1. Будякова О. Ю., Бардін А. В. Розвиток туристичного бізнесу в умовах цифрової економіки. *Наукові розробки молоді на сучасному етапі: тези доп. Всеукр. наук. конф. мол. вчен. та студ. м. Київ, 18-19 квітня 2019., Київ: КНУТД, 2019. Т. 3. С. 105-106. URL: <https://er.knutd.edu.ua/handle/123456789/14203> (дата звернення: 11.11.2023).*
2. Крутій Г. М. Публічне управління інноваційним розвитком туризму: сучасні види та інноваційні технології. *Теорії та практики державного управління*. 2021. № 2(73). С. 40-46
3. Мариняк Я. Глобалізація та інноваційна діяльність в Україні та їх вплив на розвиток туристичного бізнесу. *Наукові записки Тернопільського національного педагогічного університету імені В. Гнатюка. Серія: Географія*. 2013. № 2(35). С. 116–123. URL: <http://dspace.tnpu.edu.ua/bitstream/123456789/4077/1/Marunjak.pdf> (дата звернення: 09.11.2023).
4. Цифрові технології та диджитал-маркетинг: нові можливості для туристичного й готельно-ресторанного бізнесу / Н. Балацька та ін. *Фінансово-кредитна діяльність: проблеми теорії і практики*. 2022. Том 6 № 47. С. 424-432. URL: <https://doi.org/10.55643/fcaptr.6.47.2022.3924> (дата звернення: 11.11.2023).

Воронкова В.Г.

*доктор філософських наук, професор,
завідувачка кафедри управління та адміністрування
Інженерний навчально-науковий інститут ім. Ю.М.Потебні ЗНУ*

Череп А.В.

*доктор економічних наук, професор,
завідувачка кафедри фінансів, банківської справи та страхування,
Заслужений діяч науки і техніки України,
Академік академії наук вищої освіти України,
Запорізький національний університет*

Нікітенко В.О.

*доктор філософських наук, професор,
професор кафедри управління та адміністрування
Інженерний навчально-науковий інститут ім. Ю.М.Потебні ЗНУ,
м. Запоріжжя, Україна*

ФОРМУВАННЯ МОДЕЛЕЙ КРЕАТИВНОГО СІЛЬСЬКОГО ТУРИЗМУ ЯК ЧИННИКА РЕГЕНЕРАТИВНОГО ВІДНОВЛЕННЯ В УМОВАХ ДІДЖИТАЛІЗАЦІЇ

Креативні підходи підкреслюють переваги високого ступеня соціального розмаїття та віддають пріоритет культурному розвитку. Поєднання креативного мислення всіх зацікавлених сторін, гнучкого стратегічного підходу до