

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ТОРГОВЕЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ЧЕРНІВЕЦЬКИЙ ТОРГОВЕЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИЙ ІНСТИТУТ КНТЕУ
ГРОМАДСЬКА ОРГАНІЗАЦІЯ «УКРАЇНСЬКА АСОЦІАЦІЯ МАРКЕТИНГУ»
УНІВЕРСИТЕТ ІМ. ШТЕФАНА ЧЕЛ МАРЕ (М. СУЧАВА, РУМУНІЯ)

МАРКЕТИНГ ЯК ОСНОВА ФОРМУВАННЯ СТРАТЕГІЇ СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ ПРИКОРДОННОГО РЕГІОНУ

**МАТЕРІАЛИ МІЖНАРОДНОЇ
НАУКОВО-ПРАКТИЧНОЇ КОНФЕРЕНЦІЇ**

**м. Чернівці (Україна) – м.Сучава (Румунія)
11-12 листопада 2020 року**

**Чернівці
Технодрук
2020 року**

Маркетинг як основа формування стратегії соціально-економічного розвитку прикордонного регіону: матеріали Міжнародної науково-практичної конференції, м. Чернівці (Україна) – м.Сучава (Румунія), 11-12 листопада 2020 р. – Чернівці: Технодрук, 2020. – 324 с.

У сучасних умовах розвитку економіки маркетинг виступає одним із пріоритетних інструментів формування стратегії соціально-економічного розвитку як на державному, регіональному, так і на транскордонному рівні.

У збірнику розглянуто актуальні питання, що стосуються застосування маркетингових інструментів сталого розвитку прикордонних регіонів, застосування брендингових технологій підприємств регіону в умовах євроінтеграції. Запропоновано інноваційні підходи до розвитку туризму в прикордонних регіонах, шляхи використання маркетингових технологій у сфері готельно-ресторанного бізнесу. Висвітлено питання обліково-аналітичного забезпечення управління маркетинговою стратегією соціально-економічного розвитку підприємств та фінансові аспекти забезпечення реалізації стратегій розвитку підприємств у прикордонному регіоні. Окреслено сучасні тенденції розробки та реалізації стратегії розвитку прикордонного регіону в умовах протидії сучасним загрозам, та можливі напрямки застосування маркетингу в транскордонному економічному співробітництві та ін. Розраховано на науковців, фахівців, викладачів, аспірантів, здобувачів вищої освіти, які цікавляться зазначеними питаннями.

Конференція проводилась в рамках міжнародного стажування.

Розраховано на науковців, фахівців, викладачів, аспірантів, здобувачів вищої освіти, які цікавляться даною тематикою.

Відповідальні за випуск: *І.Р.Лошенко*
Р.В.Кравчук

Комп'ютерний дизайн і макетування: *С.О.Галамашевич*

Коректор: *Н.С.Савельєва*

Відповідальність за достовірність фактів, статистичної інформації, власних імен, цитат та інших відомостей, наданих у рукописах, несуть автори публікацій.

Збір матеріалів проводився у квітні, травні 2020 р.

© ЧТЕІ КНТЕУ, 2020
© Технодрук, 2020

Підписано до друку 31.08.2020 р.

Прядко Ольга МАРКЕТИНГОВІ ТЕХНОЛОГІЇ У СФЕРІ РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ	305
Савицька Наталія ПОВЕДІНКОВІ ФАКТОРИ ЯК ДЕТЕРМІНАНТИ ЗМІН МАРКЕТИНГОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ	308
Ткач Вікторія ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ ГОТЕЛЬНО- РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА ЯК ГОЛОВНОГО ДЕТЕРМІНАНТУ ТУРИСТИЧНИХ БІЗНЕС-ПРОЦЕСІВ В УКРАЇНІ	312
Хитрова Ольга ВИКОРИСТАННЯ ІНФОРМАЦІЙНИХ СИСТЕМ У СФЕРІ ГОТЕЛЬНОГО БІЗНЕСУ	314
Шунько Анна ПРИМЕНЕНИЕ ИННОВАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В СФЕРЕ ОБСЛУЖИВАНИЯ	317

Nataliia Savytska, Doctor of Economic Sciences, Professor,
Kharkiv State University of Food Technology and Trade,
Kharkiv

BEHAVIORAL FACTORS AS DETERMINANTS OF MARKETING TECHNOLOGIES

These article focus on global changes that have affected behavioral factors and marketing technologies. They are considered on the example of the food and beverage market. The main criteria of consumer choice of food products are: benefit, naturalness, convenience of consumption. The information on the label is carefully studied by the buyer. The purchasing process takes into account taste, quality, price, health, well-being and weight, especially food safety and brand transparency.

Вікторія Ткач, д.е.н., професор,
Одеська національна академія харчових технологій,
м.Одеса

ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА ЯК ГОЛОВНОГО ДЕТЕРМІНАНТУ ТУРИСТИЧНИХ БІЗНЕС-ПРОЦЕСІВ В УКРАЇНІ

Значення туристичної галузі в розвитку національних господарських систем дуже важливе, тому сьогодні особливо актуальним стало завдання активного розвитку готельно-ресторанного господарства як головного детермінанту індустрії туризму. Сьогодні готельно-ресторанне господарство займає лідируючі позиції у економіці багатьох країн та має великий економічний потенціал.

Підприємства готельно-ресторанного господарства – головний каталізатор розвитку туризму та основна візитна картка міста або країни, саме підприємства готельно-ресторанного господарства можуть створити гарне або погане перше враження, яке в майбутньому буде складно виправити.

Готельно-ресторанне господарство – великий сектор економіки країни, що приносить суттєвий дохід у державну скарбницю, разом з цим піднімаючи соціальне становище суспільства [1].

Готельно-ресторанне господарство виконує також безліч функцій, воно може бути як центром для налагодження ділових відносин і місцем для проведення офіційних зустрічей, перемовин, проведення різноманітних мастер-класів та лекцій, так і справжньою знахідкою для тих хто полюбляє подорожувати, відпочивати і досліджувати щось нове [2].

Становленню готельного господарства сприяє вихід на український ринок інтернаціональних готельних мереж «Radisson», «Hyatt», «InterContinental»; створення українського туристичного об'єднання оператора «УКРТУР»; створення українського готельного оператора «Premier Hotels and Resorts» – це київський «Premier Palace Hotel», львівський «Premier Hotel Dnister», одеський «Лондонський», мукачівська «Зірка»; створення українських мереж готелів, таких як «Reikartz Hotel Group», «Ribas Hotels Group» тощо.

Створення державних мереж в сфері швидкого харчування може слугувати прикладом розкрутки звичайної пропозиції з розміщення. Здійснення такого підходу до створення готельної пропозиції має можливість стати одним з найважливіших моментів формування конкурентоспроможного туристичного продукту, розробити і застосувати нові підходи в маркетинговій політиці готельного господарства.

Згідно останніх років спостерігається позитивна динаміка розвитку підприємств готельно-ресторанного господарства. Однак на разі в Україні та усьому світі загостирила розвиток туристичної індустрії, зокрема готельно-ресторанного господарства пандемія під назвою COVID-19 та суттєво послабила економічні позиції всіх країн без винятку. Але готельно-ресторанне господарство не стоїть на місці та впроваджує нові тенденції розвитку, такі як спеціалізовані готелі для людей з коронавірусною інфекцією; активне позиціонування послуги «їжа на виніс»; кулінарні онлайн майстер-класи від шеф-кухарів ресторанів; семінари онлайн від провідних фахівців готельного бізнесу тощо [3].

На ринку готельно-ресторанного господарства кожен день відбуваються зміни. Це пояснюється тим, власне що даний сектор – досить специфічна сфера діяльності, частина доходів знаходиться в залежності від вражень споживачів. При цьому емоції знаходяться в залежності від якості надання пропозицій, якості, від місцеперебування суб'єкта, від політико-економічного стану держави, ареалу, мегаполісу.

Не звертаючи уваги на те, власне що в Україні є величезна чисельність всіляких засобів розміщення та харчування, потрібний подальший розвиток і становлення даної сфери як пріоритетної в індустрії туризму у зв'язку з підйомом ринку туристичних пропозицій й збільшенням попиту на високоякісні туристичні пропозиції.

Готельно-ресторанне господарство є одним з найважливіших чинників індустрії туризму, що дає інтегральну оцінку соціально-економічного рівня суспільства і розуміння його стану його розвитку.

Список використаних джерел:

1. Редько В.Є., Русіна А.О. Міжнародний досвід формування сталої інфраструктури готелю. Ефективна економіка, 2018, № 12., URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=6761>.
2. Редько В.Є. Соколяньська В.А. Особливості гастрономічного туризму. *Сучасний стан та перспективи розвитку економіки, обліку та права*: зб. тез доп. Міжнар. наук.-практ. конф. м. Полтава, 14 тр. 2018 р. Полтава, : у 5 ч., 2018, Ч. 2, С. 48-49.
3. Язіна В.А. Вплив сучасних тенденцій на розвиток готельного господарства. *Наукові теорії сьогодення та перспективи розвитку наукової думки*: матеріали міжнародної наукової конференції (Т. 1), 11 жовтня, 2019 рік. Київ, Україна: МЦНД. С.12-13.

Tkach Viktoriia, Doctor of Economic Sciences, Professor,
Odessa National Academy of Food Technologies,
Odessa

TRENDS OF DEVELOPMENT OF HOTEL AND RESTAURANT ENTERPRISES AS THE MAIN DETERMINANT OF TOURIST BUSINESS PROCESSES IN UKRAINE

In the minds of the unstable development of the market economy of our land, the sphere of hospitality has become an important and priority social and economic lanka. One of the most recent strains in the sphere of hospitality of the current significance of the development of enterprises of the hotel and restaurant government. This tendency is also supported by the fact that all parts of the tourism industry of the hotel and restaurant industry are becoming the subject of scientific awareness, which may be a positive infusion for the development of the social-regional economy.

Ольга Хитрова, к.е.н., доцент,
Чернівецький торговельно-економічний інститут КНТЕУ,
м. Чернівці

ВИКОРИСТАННЯ ІНФОРМАЦІЙНИХ СИСТЕМ У СФЕРІ ГОТЕЛЬНОГО БІЗНЕСУ

У сьогоднішніх економічних умовах жорстокої конкуренції та ринкової економіки розвиток готельного бізнесу вимагає покращення прибутковості і диверсифікації своїх послуг. Для цього готельєри використовують різні інформаційні технології, включаючи електронні таблиці, паперові форми та уніфіковані системи управління майном. Їхній вплив на розвиток гостинності величезний, оскільки прямо пов'язаний з підвищенням ефективності роботи як кожного готельного комплексу окремо, так і усього готельного бізнесу загалом. Тоді

Наукове видання

Матеріали Міжнародної науково-практичної конференції
«Маркетинг як основа формування стратегії соціально-
економічного розвитку прикордонного регіону»
11-12 листопада 2020 року

Чернівецький торговельно-економічний інститут КНТЕУ
м. Чернівці, Центральна площа, 7

Підписано до друку 31.08.2020 р. Папір офсетний. Формат 60х84/16.
Ум. друк. арк. _____. Вид. № 19-7. Зам. № _____. Тираж 150 прим
Видавець та виготівник: ПВКФ «Технодрук»
Свідоцтво суб'єкта видавничої справи ДК №1841 від 10.06.2004 р.
58000, м. Чернівці, вул. І. Франка, 20, оф.18, тел. (0372) 55-05-85