

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.

Лирик Ірина НЕОБХІДНІСТЬ ЗАПОБІГАННЯ СЕКСИЗМУ В РЕКЛАМІ	53
Лошенко Ірина, Лошенко Оксана ОМНІКАНАЛЬНИЙ МАРКЕТИНГ У ЗАБЕЗПЕЧЕННІ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ РЕГІОНУ	57
Лучик Світлана, Лучик Маргарита HR-МАРКЕТИНГ: СКЛАДОВА УСПІХУ СУЧАСНОГО БІЗНЕСУ	59
Мосієнко Оксана РЕФЛЕКСИВНИЙ АСПЕКТ ЕКОЛОГІЧНОГО МАРКЕТИНГУ	63
Піонтківська Світлана ПРИВАБЛИВІСТЬ СТОЛИЧНОГО ТУРИСТИЧНОГО РЕГІОНУ	67
Хотинь Любов ПОЗИЦІЮВАННЯ ТОВАРІВ НА РИНКУ	70
Чаплінський Юрій, Ромат Євгеній ПЕРСПЕКТИВИ ВПРОВАДЖЕННЯ CRM-СИСТЕМИ У ДІЯЛЬНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВА	73

*ІННОВАЦІЙНІ ПІДХОДИ ДО РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ
В ПРИКОРДОННИХ РЕГІОНАХ*

Baldzhy Maryna INTRODUCTION OF INCLUSIVE TOURISM IN THE ODESSA REGION	77
Гишук Роман, Крецький Олександр ІСТОРИКО-КУЛЬТУРНА СПАДЩИНА ЧЕРНІВЕЦЬКОЇ ОБЛАСТІ ТА ЇЇ СКЛАДОВА В УПРАВЛІННІ ТУРИСТИЧНО-ЕКСКУРСІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ	79
Грищенко Олена СТАЛІ ІННОВАЦІЇ ЯК ОСНОВА ВИПЕРЕДЖАЮЧОГО РОЗВИТКУ СУЧАСНОГО БІЗНЕСУ	82
Заваріка Галина МОНІТОРИНГ МОЖЛИВОСТЕЙ РОЗВИТКУ ПОСТКОНФЛІКТНИХ ТЕРИТОРІЙ ЗАСОБОМ ТУРИЗМУ	85
Zviagolska Iryna PRACTICAL SIGNIFICANCE OF MEDICAL MICROBIOLOGY INTEGRATION INTO THE REGIONAL SPHERE OF REMEDIAL AND RECREATIONAL (MEDICAL) TOURISM: SPECIFIC ASPECTS	88
Зеленко Олена ВПЛИВ ПОДІЄВОГО МАРКЕТИНГУ НА РОЗВИТОК ТУРИЗМУ ПРИКОРДОННИХ ОБЛАСТЕЙ УКРАЇНИ	91
Камушков Олександр ОСОБЛИВОСТІ РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНОЇ ІНДУСТРІЇ УКРАЇНИ: СУЧАСНИЙ СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ	95
Карпенко Ніна, Животенко Віталій РЕГІОНАЛЬНІ ПРІОРИТЕТИ РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ У ПОЛТАВСЬКІЙ ОБЛАСТІ	98

Олександр Камушков, к.е.н., доцент,
Одеська національна академія харчових технологій,
м.Одеса

ОСОБЛИВОСТІ РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНОЇ ІНДУСТРІЇ УКРАЇНИ: СУЧАСНИЙ СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ

Індустрія туризму сьогодні вважається одним із перспективних напрямів соціально-економічного розвитку країни, регіонів, міст. Адже туристична індустрія складає 11 % валового продукту у світі.

Аналіз ситуації в Україні показує, що індустрія туризму поступово розвивається і характеризується недостатньо стабільними темпами.

Одночасно, у нашій країні існують всі передумови для активного розвитку туристичної індустрії, що зумовлені географічними, історичними, економічними, природними та соціально-демографічними чинниками. Відповідно, причинами нестабільного розвитку виступає ряд причин, що сповільнюють розвиток індустрії туризму.

Європейська інтеграція України є найважливішою сучасною тенденцією, що має потужний вплив на процеси реформування туристичної галузі. Не менш важливим є процес глобалізації. Сучасний етап розвитку туристичної сфери визначається прагненням політичних сил відповідати образу провідників євроінтеграції, що позначається і на діяльності органів державної влади. Проте нерідко показове позитивне ставлення до євроінтеграційних тенденцій супроводжується відсутністю реальних реформ, зокрема спостерігається збереження перешкод і ускладнень ведення бізнесу, практична відсутність позитивних змін у залученні інвестицій і бюджетному фінансуванні соціальних програм, пов'язаних із розвитком туризму [2].

Для того, щоб краще зрозуміти передумови динамічного розвитку туристичного бізнесу в Україні та відстежити його негативні процеси, треба детальніше проаналізувати ситуацію, що склалася на ринку туристичних послуг.

За даними звіту про конкурентоспроможність в туризмі в 2020 році, Україна займає 64-е місце в рейтингу інвестиційної привабливості за версією експертів Doing business. Рейтинг Doing Business складається щороку Світовим банком. У ньому оцінюється інвестиційна привабливість 190 країн світу. Україна також зміцнила позиції у рейтингу туристичної привабливості країн. За останні два роки Україна піднялася в Індексі конкурентоспроможності у сфері подорожей і туризму на 10 позицій і посіла 78 місце зі 140 станом на 2020 рік. У рейтингу рівня безпечності організації Institute for Economics and Peace

цього року Україна посіла 152 місце серед 163 країн світу. Найнебезпечнішою країною залишається Сирія. Україна разом з Пакистаном, Нігерією, Венесуелою, Єгиптом, Кенією та Гондурасом увійшла в топ-20 країн-аутсайдерів. При складанні рейтингу враховувалися такі фактори як наявність збройних конфліктів на території держави, рівень злочинності і терористична загроза. З іншого боку, експерти відзначили високий рівень українських санітарних стандартів, де країна потрапила в першу десятку країн-лідерів. У питанні формування цін, для європейського туриста Україна також виявилася не найдорожчою країною, Україна піднялася на п'ять позицій в рейтингу найдорожчих країн для життя і зайняла за підсумками 2019 року 107 місце зі 132, свідчить дослідження видання *SeoWorld Magazine*. Звання найдорожчої країни світу зберегла Швейцарія. В інших позиціях Україна за рейтингом ООН найменш щаслива країна в Європі це Україна – на 133-му місці серед 156 держав-учасниць рейтингу. Фінляндія очолює рейтинг найщасливіших країн світу за версією ООН. Україна – на 60 місці серед 180 країн світу, згідно з актуальним Індексом екологічної ефективності [1].

Відсутність державного втручання в туристичний бізнес за останні три роки дозволили розвиватися малому бізнесу. Поліпшується і інфраструктура - проводяться ремонти основних доріг, розвиваються міні-готелі, ресторани-кафе, транспортне сполучення.

Незважаючи на існуючі труднощі, ситуація в українському туризмі поступово змінюється на краще.

Стратегія розвитку сфери туризму і курортів України на період до 2026 року спрямована на вирішення проблем комплексного розвитку сфери туризму, готельного господарства, курортів, санаторно-курортного обслуговування, підтримку створення та модернізації туристичної інфраструктури, забезпечення належної якості туристичних і курортних послуг, ефективного використання видимого туристичного потенціалу.

Україна має багатий природно-рекреаційний потенціал і історико-культурні ресурси, країна має всі можливості стати туристичною країною світового рівня, де індустрія туризму складатиме значну частку бюджетних надходжень.

Для формування стратегії розвитку туристичних регіонів необхідно сконцентруватися на розробці таких пунктів:

- збереження туристичних ресурсів;
- вдосконалення нормативно-правової бази;
- створення економічних умов для стимулювання розвитку туризму;

- надання пільг для організації туристичної роботи;
- залучення інвестицій в розвиток туристичної індустрії;
- сприяння розвитку конкуренції; забезпечення безпеки туристів;
- участь у міжнародних програмах розвитку туризму.

З метою заохочення іноземних інвесторів у доцільності вкладення капіталу в економіку України, необхідно провести ряд соціально-економічних реформ, покращити інвестиційний клімат країни. Також, за допомогою активних маркетингових дій, необхідно інформувати іноземних туристів про доступність відпочинку.

Пріоритетними цільовими ринками для залучення іноземних туристів можуть стати КНР, Катар, ОАЕ, Саудівська Аравія, Кувейт, тощо. Для того, щоб зробити туристичний бізнес в Україні більш привабливим, необхідно надавати державні податкові пільги для власників об'єктів туристичної інфраструктури.

Так, у багатьох розвинених країнах Європи існують знижені ставки ПДВ саме для цього бізнесу. Інвестиційна привабливість українських об'єктів сильно зростає, якщо ставка ПДВ становитиме близько 5-10%. Така зміна податкового законодавства призведе не до збитку для бюджету, а до його наповнення за рахунок залучення коштів інвесторів.

Також, з метою отримання інформації про найпопулярніші серед туристів країни, області, регіони, необхідно проводити постійний моніторинг туристичних потоків.

На сьогодні, туризм є однією з найбільш значних галузей світової економіки. Туризм сприяє зростанню надходжень до бюджетів різного рівня, збільшенню кількості робочих місць, залученню внутрішніх і зовнішніх інвестицій.

В результаті проведеного аналізу проблем туристичної сфери України, можна зробити висновок, що сьогодні для розвитку цієї галузі необхідно покращити державне регулювання цієї сфери, раціонально використовувати туристично-рекреаційний потенціал регіонів, активізувати та удосконалити маркетингове та рекламно-інформаційне забезпечення на регіональному, державному та міжнародному рівнях.

Для стимулювання підприємств туристичної галузі необхідно здійснити економіко-фінансову підтримку їх розвитку, покращити їх кадрове забезпечення, створити ефективні партнерські зв'язки між державою та бізнесом, задля впровадження інновацій в туристичні продукти та розвиток інфраструктури. Тільки ефективна державна політика в туристичній галузі дозволить сформувати привабливий інвестиційний клімат для розвитку туристичної сфери в Україні.

Список використаних джерел

1. Кочкуров А.М. Економіка, організація та управління підприємствами туристичної індустрії та туристичної галузі в цілому. *Вісник ДІТБ*. 2008. № 12. С. 204–208.
2. Редько В.Є. Туристичний збір як інструмент для відновлення інфраструктури міст. *Економіка і менеджмент 2020: перспективи інтеграції та інноваційного розвитку*: матер. міжнар. наук.-практ. Інтернет-конф. м. Дніпро, 2-3 квіт 2020 р. Дніпро.

Oleksandr Kamushkov, Candidate of Economic Sciences, Associate Professor,
Odessa National Academy of Food Technologies,
Odessa

FEATURES OF THE DEVELOPMENT OF THE TUPISTIC INDUSTRY OF UKRAINE: CURRENT STATE AND PROSPECTS

This publication is devoted to the study of the current state and prospects of the tourism industry as an important component of the national economy. Indexed index lists and Ukraine's place among them are considered. The European experience of the organization of tourism management is analyzed and the basic directions of domestic development of the tourism industry are defined.

Ніна Карпенко, доцент, **Віталій Животенко**, к.е.н., доцент,
Вищий навчальний заклад Укоопспілки
«Полтавський університет економіки і торгівлі»,
м. Полтава

РЕГІОНАЛЬНІ ПРІОРИТЕТИ РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ У ПОЛТАВСЬКІЙ ОБЛАСТІ

Прикордонне положення регіону формує ряд суттєвих впливів на розвиток як всієї регіональної соціально-економічної системи, так і на її туристичну потребуваність. Як правило, прикордонні регіони характеризуються більш інтенсивними туристопотоками (виїзним і вїзним), водночас, їм постійно потрібно конкурувати з часто схожими за туристичним потенціалом прилеглими зарубіжними територіями та саме вони є «відповідальними» за перші враження (які мають велику вагомість у формуванні загальної думки) іноземних туристів від відвідування країни. Внутрішні регіони, будучи віддаленими від державних кордонів, не мають певних переваг, як прикордонні, але зростання їх туристичної привабливості, може позитивно вплинути і на рівень відвідуваності регіонів, прилеглих до державних кордонів, насамперед, якщо подорож здійснюється наземним транспортом.

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