

РОЗДІЛ 3

ЕКОНОМІКА, МЕНЕДЖМЕНТ, МАРКЕТИНГ, ІННОВАЦІЙНІ ТА ІНФОРМАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ В ІНДУСТРІЇ ТУРИЗМУ ТА ГОСТИННОСТІ

Є. В. Андросов, В. М. Зігунов

*Сумський державний педагогічний університет
імені А. С. Макаренка*

СТРАТЕГІЧНІ ПРІОРИТЕТИ РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНОГО РИНКУ В УКРАЇНІ

Робота присвячена дослідженню туристичного ринку України. Так, у тезах було окреслено специфіку функціонування ринку туристичних послуг, визначено основні стратегічні завдання щодо розвитку туристичного ринку України. Також було визначено напрямки, на які варто звернути увагу при розробці стратегії розвитку вітчизняного туристичного ринку, враховуючи воєнний стан і внутрішні політичні, економічні чинники.

***Ключові слова:** туристичний ринок, стратегія розвитку туристичного ринку.*

The work is devoted to the study of the tourism market of Ukraine. Thus, the theses outlined the specifics of the functioning of the tourism services market, identified the main strategic objectives for the development of the tourism market of Ukraine. Also, the directions that should be paid attention to when developing a strategy for the development of the domestic tourism market, taking into account the state of war and internal political and economic factors, were identified.

***Keywords:** tourism market, tourism market development strategy.*

Постановка проблеми. Туристичний ринок, як ринок послуг, має свої специфічні аспекти функціонування, які необхідно враховувати при організації туристичного бізнесу. По-перше, він формується на основі послуг, які є нематеріальними (турист не може фізично спробувати, побачити або помацати їх, наприклад, купуючи тур), і можуть бути втраченими, адже прибуток від послуг, які не були надані в конкретний період обслуговування, втрачається назавжди, тож потрібна гнучка цінова і збутова політика. По-друге, при реалізації туристичного продукту між його оплатою та споживанням проходить значний період. Тож важливо забезпечити високий рівень фактичної якості придбаної послуги та рівня обслуговування відповідно до запитів та очікувань клієнтів. По-третє, туристичний ринок характеризується сезонними коливаннями попиту серед туристів, яка є різною для кожного виду туризму. Іншою особливістю сфери туризму є залежність якості обслуговування від конкретних виконавців, наприклад, обслуго-

вуючого персоналу: екскурсоводів, гідів, кухарів, водіїв, адміністраторів готелів тощо. Реклама та просування свого продукту на ринку туристичних послуг, інформування туристів про цікаві пропозиції, співпраця з іноземними партнерами, поглиблення міжнародних зв'язків – інші важливі аспекти успішного функціонування та розвитку туристичного бізнесу. Складні політичні й економічні умови в Україні, що склались через воєнні дії на території держави, мінливість туристичного ринку, – фактори, які перешкоджають його розвитку та індустрії загалом. Тож варто розробляти нові стратегічні підходи в організації вітчизняного ринку в туристичній сфері [4].

Мета – визначити основні стратегічні завдання щодо розвитку туристичного ринку в Україні.

Виклад основного матеріалу. Одними з головних завдань у розвитку туристичного ринку України є визначення чітких меж втручання державних суб'єктів господарювання в туристичну галузь, залучення внутрішніх і зовнішніх інвесторів, встановлення норм щодо використання природних ресурсів і врегулювання відповідальності за їх порушення. Іншим важливим аспектом розвитку туристичного ринку України є врахування інтересів держави при розробленні єдиної стратегії міжнародного туристичного ринку Всесвітньою туристичною організацією, яка включатиме: аналіз проблем; планування основних етапів та визначення завдань розвитку вітчизняного туристичного ринку, враховуючи соціальні, економічні, соціокультурні передумови; формування загальнодержавних та регіональних планів землеустрою [4, с. 22].

На державному рівні стратегію можуть розробляти як органи виконавчої влади, так і законодавчі органи. Так, ухвалена Кабінетом міністрів України «Стратегія розвитку туризму та курортів на період до 2026 року» визначає низку пріоритетних напрямків, зокрема:

- пріоритетний розвиток Карпатського регіону;
- забезпечення раціонального використання територій курортів, удосконалення санаторно-курортного обслуговування і діяльності санаторно-курортних і оздоровчих закладів;
- забезпечення конкурентоспроможності національного туристичного продукту та вітчизняних суб'єктів туристичної діяльності на міжнародному туристичному ринку;
- створення умов для залучення інвестицій у розбудову туристичної інфраструктури;
- поширення інформації про Україну та її туристичні можливості, формування позитивного іміджу держави на міжнародному туристичному ринку;
- удосконалення системи статистичної звітності у сфері туризму та курортів;

- активізацію розвитку пріоритетних видів внутрішнього туризму;
- забезпечення інфраструктурного та інформаційного доступу до важливих туристичних об'єктів;
- стандартизація туристичних послуг і об'єктів на основі міжнародного досвіду;
- створення та упровадження державних кадастрів природних територій курортів та природних лікувальних ресурсів;
- підвищення рівня безпеки туристів;
- удосконалення існуючої системи підготовки, перепідготовки та підвищення кваліфікації кадрів сфери туризму;
- забезпечення доступності туристичних послуг для осіб з інвалідністю, у тому числі з вадами зору, слуху і порушеннями опорно-рухового апарату[5].

Іншим важливим етапом розвитку вітчизняного туристичного ринку є створення туристських кластерів, суть яких полягає в тому, що на певній території концентруються групи туристських підприємств, організацій, закладів тощо з метою створення продуктів і послуг, використовуючи при цьому спільно туристичні ресурси, інфраструктуру, ринок праці та доповнюючи одне одного. Більшість провідних країн зацікавлені у створенні кластерів, що зумовлено насамперед тим, що вони сприяють збільшенню кількості нових підприємств, прискорюючи тим самим розвиток бізнесу. Як свідчить світовий досвід, у тих країнах, де створені та фінансуються державні програми з упровадження кластерної моделі, відповідні галузі економіки розвиваються швидше та ефективніше, ніж там, де кластери утворювалися лише за рахунок окремих приватних ініціатив [4, с. 23].

Наступним напрямком оптимізації ринку туристичних послуг в Україні є розвиток логістики туризму. Використання логістики в діяльності туристичного підприємства дає змогу значно підвищити рівень його прибутків за рахунок зниження витрат, а також підвищення рівня логістичної координації всіх туристичних послуг. Такий підхід сприяє вирішенню проблеми сталого розвитку туризму, збереженню та відновленню ресурсної бази галузі; зменшує ризики погіршення екології та зниження якості туристичних послуг. Варто зазначити, що логістичний підхід може слугувати основою для розробки стратегії сталого розвитку туризму в Україні [2].

Розвиток інноваційної діяльності є не менш важливим аспектом, який варто враховувати, розробляючи стратегію розвитку туристичного ринку України. Так, наприклад, використання технології «розумний дім» у готельному бізнесі дозволить більш ефективно використовувати наявні ресурси в його управлінні і створити передумови для розвитку його конкурентоспроможності, оскільки цей метод дозволяє поєднати безпеку та комфорт. Відповідно до вимог часу варто активніше створювати та упро-

ваджувати електронні музейні екскурсії та віртуальні тури. Так, люди з будь-якої точки світу зможуть відвідати музей онлайн. За допомогою віртуальних турів можна залучити більшу кількість туристів, які матимуть змогу дослідити історію, культуру, архітектуру України. Це, в свою чергу, спонукає туристів відвідати країну, щоб детальніше з нею ознайомитись. Створення та популяризація мобільних додатків, які нададуть повну інформацію про туристичні ресурси регіонів України та задовольнять усі туристичні запити – також є важливим інноваційним напрямком, який варто упроваджувати у діяльність туристичних підприємств [4 с. 24].

Узагальнюючи, варто виділити наступні аспекти, на які слід звернути увагу при розробці стратегії розвитку туристичного ринку України в умовах воєнного стану:

- 1) розвиток різноманітних туристичних продуктів;
- 2) формування маркетингової стратегії, враховуючи соціально-політичні умови;
- 3) підтримка малого та середнього бізнесу;
- 4) гарантування безпечних та комфортних умов для туристів є однією з важливих умов розвитку туризму України, враховуючи воєнний стан в державі, що передбачає формування програм захисту туристів на дорогах, у готелях, під час туристичних походів тощо;
- 5) інвестування у розвиток туристичної інфраструктури (готелі, ресторани, транспортні мережі тощо) сприятиме підвищенню туристичного іміджу України;
- 6) формування та розвиток громадського сектору. Активна участь громадських організацій, місцевих громад, органів самоврядування у заходах з упровадження різноманітних ініціатив у розвиток туристичної сфери регіонів є важливим стратегічним напрямком, що сприятиме успішному функціонуванню вітчизняної туристичної індустрії [3];
- 7) включення людського капіталу та соціокультурного потенціалу у розвиток туристичного ринку держави:
 - розвиток кризового менеджменту;
 - інвестування у навчання та розвиток персоналу;
 - створення мережових зв'язків між підприємствами, місцевими органами влади, громадськими організаціями та іншими зацікавленими сторонами;
 - розширення ринків збуту;
 - підтримка місцевого населення [1].

Висновки. Вище зазначені стратегічні підходи та заходи сприятимуть цілісному та ефективному розвитку туристичного ринку України, враховуючи соціальний капітал та соціокультурні чинники, забезпечуючи стійкість галузі в складних політичних та економічних умовах.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Бикова А., Чабан Л., Алексєєв А. Інвестування в людський капітал у військовий період. *Економіка та суспільство*. № 54. 2023. <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-54-74> (дата звернення: 20.04.2024).
2. Державна політика у сфері туризму в Україні: соціогуманітарний вимір: монографія / за ред. А. М. Гаврилук. Вид. 2-ге. Київ: Видавництво Ліра-К, 2022. 428 с.
3. Карий О. І., Стрільчук Р. М., Кисельов О. А. Стратегічні напрями розвитку туристичного бізнесу України. *Проблеми сучасних трансформацій. Серія: економіка та управління*. № 13. 2024. <https://doi.org/10.54929/2786-5738-2024-13-03-02> (дата звернення: 04.04.2024).
4. Плецан Х. Стратегічні перспективи розвитку ринку туристичних послуг в Україні. *Вісник Київського національного університету культури і мистецтв. Серія: Туризм*. № 4(1). 2021. С. 18 – 29. <https://doi.org/10.31866/616-7603.4.1.2021.235142> (дата звернення: 10.04.2024).
5. Стратегія розвитку туризму та курортів на період до 2026 року. Розпорядження КМУ від 16 березня 2017 р. № 168-р, Київ. URL: <https://www.kmu.gov.ua/npas/249826501> (дата звернення: 04.04.2024).

Я. І. Гончаренко, І. С. Зігунова

*Сумський державний педагогічний університет
імені А. С. Макаренка*

МАРКЕТИНГОВІ ДОСЛІДЖЕННЯ В ТУРИЗМІ

Стаття розглядає важливість маркетингових досліджень у туризмі. Акцентується увага на необхідності здійснення маркетингових досліджень туристичного ринку, вподобань споживачів туристичного продукту та діяльності туристичних підприємств для ефективного функціонування туристичного бізнесу.

Ключові слова: *маркетингові дослідження, споживач, туристичний ринок, конкурентне середовище*

The article considers the importance of marketing research in tourism. Emphasis is placed on the need to carry out marketing research of the tourist market, the preferences of consumers of the tourist product and the activities of tourist enterprises for the effective functioning of the tourist business.

Keywords: *marketing research, consumer, tourist market, competitive environment*

Постановка проблеми. Застосування маркетингових досліджень у туристичній галузі є важливою складовою для її розвитку в національній економіці. Так, використання різноманітних маркетингових технологій є необхідною передумовою успішного функціонування і для підприємств туристичної сфери. Слід наголосити, що саме маркетингові дослідження відграють важливу роль у моніторингу щодо функціонування ринку туристичних послуг. Така потреба зумовлена необхідністю в отриманні інформації задля уникнення неточних оцінок, невиправданих фінансових витрат, а також для ухвалення необхідних виважених управлінських рішень