

Вищий навчальний заклад Укоопспілки
«ПОЛТАВСЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ ЕКОНОМІКИ І ТОРГІВЛІ»
(ПУЕТ)

Міністерство економічного розвитку і торгівлі України
Міністерство аграрної політики та продовольства України

МОДЕРНІЗАЦІЯ ЕКОНОМІКИ В УМОВАХ ЗРОСТАННЯ СУСПІЛЬНОЇ СВІДОМОСТІ: ТУРИЗМ, ЛЮДИНОМІРНІСТЬ, ПАРТНЕРСТВО, КООПЕРАЦІЯ

МАТЕРІАЛИ

II Всеукраїнської науково-практичної інтернет-конференції

(м. Полтава, 14 грудня 2017 року)



POLTAVA UNIVERSITY OF
ECONOMICS AND TRADE

**Вищий навчальний заклад Укоопспілки
«ПОЛТАВСЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ ЕКОНОМІКИ І ТОРГІВЛІ»
(ПУЕТ)**

**Міністерство економічного розвитку і торгівлі України
Міністерство аграрної політики та продовольства України**

**МОДЕРНІЗАЦІЯ ЕКОНОМІКИ В УМОВАХ
ЗРОСТАННЯ СУСПІЛЬНОЇ СВІДОМОСТІ:
ТУРИЗМ, ЛЮДИНОМІРНІСТЬ,
ПАРТНЕРСТВО, КООПЕРАЦІЯ**

МАТЕРІАЛИ

II Всеукраїнської науково-практичної інтернет-конференції

(м. Полтава, 14 грудня 2017 року)

**Полтава
ПУЕТ
2017**

УДК 330.34:316.422
М74

*Розповсюдження та тиражування без офіційного дозволу
Вищого навчального закладу Укоопспілки «Полтавський
університет економіки і торгівлі» заборонено*

Редакційна колегія:

О. О. Нестуля, д. і. н., професор, ректор Вищого навчального закладу Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі» (ПУЕТ);
С. В. Гаркуша, д. т. н., професор, проректор із наукової роботи ПУЕТ;
Ю. Г. Лисенко, член-кореспондент НАН України, д. е. н., професор, директор навчально-наукового інституту інноваційних технологій управління ПУЕТ;
І. Л. Липтуга, радник Першого віце-прем'єр-міністра України – Міністра економічного розвитку і торгівлі України, президент Асоціації «Національна туристична організація України»;
В. І. Ляшенко, д. е. н., професор, віце-президент, головний вчений секретар, академік Академії економічних наук України, завідувач відділу проблем регуляторної політики та розвитку підприємництва Інституту економіки промисловості НАН України;
М. Є. Рогоза, д. е. н., професор, академік Академії економічних наук України, завідувач кафедри економіки підприємства та економічної кібернетики ПУЕТ;
Г. П. Скляр, д. е. н., професор, завідувач кафедри туристичного та готельного бізнесу ПУЕТ;
А. М. Стефанович, директор Департаменту науково-освітнього забезпечення та розвитку підприємництва на селі Міністерства аграрної політики та продовольства України;
А. О. Шенін, начальник відділу економічної аналітики, статистики, стандартизації та науки Департаменту туризму та курортів Міністерства економічного розвитку і торгівлі України;
Ю. В. Карпенко, к. е. н., доцент кафедри туристичного та готельного бізнесу ПУЕТ.

Модернізація економіки в умовах зростання суспільної свідомості:
М74 туризм, людиномірність, партнерство, кооперація : матеріали II Всеукраїнської науково-практичної інтернет-конференції (м. Полтава 14 грудня 2017 р.). – Полтава : ПУЕТ, 2017. – 848 с. – 1 електрон. опт. диск (CD-ROM). – Текст укр., англ., нім., рос. мовами.

ISBN 978-966-184-296-9

Конференцію проведено в межах науково-дослідної роботи «Проблеми функціонування та розвитку сфери туризму в умовах модернізації економіки» (держ. реєстр. номер 0117U004715). Оpubліковані наукові дослідження авторів спрямовано на з'ясування сучасного стану та перспектив подальшого розвитку європейської модернізації та реформ в Україні в умовах соціально-економічної асиметрії світового господарства; соціально-економічних умов модернізації сфери туризму, гостинності та рекреації; модернізації кооперативного сектора національної економіки; модернізації університетської освіти.

УДК 330.34:316.422

*Матеріали друкуються в авторській редакції мовами оригіналів.
За виклад, зміст і достовірність матеріалів відповідальні автори.*

© Вищий навчальний заклад Укоопспілки
«Полтавський університет економіки і
торгівлі», 2017

ISBN 978-966-184-296-9

з тими донорськими проектами, які самі прийшли у нашу країну. Тільки 3 % світових мереж готелів працюють в Україні, це при тому, що представники усіх готельних мереж говорять про дискомфорт при входженні на український ринок.

Виходячи з цього, забезпечення сталого розвитку туристичної галузі значною мірою має базуватися на модернізації інфраструктури туристичної та курортно-рекреаційної сфери. З цією метою стає необхідним запровадити спеціальний інвестиційний режим для сприяння будівництву і реконструкції готелів та інших об'єктів туристичної інфраструктури, що має спонукати іноземних та вітчизняних інвесторів вкладати кошти у туристичну індустрію. Водночас необхідне запровадження практики прямого фінансування з державного та місцевих бюджетів заходів щодо туристичної інфраструктури.

Список використаних джерел

1. Басюк Д. І. Основи туризмології : навч.-метод. посіб. / Д. І. Басюк. – Кам'янець-Подільський : Аксіома, 2015. – 204 с.
2. Дмитренко В. М. Удосконалення організації і технологій державного регулювання розвитку сфери туризму / В. М. Дмитренко // Дні науки : зб. тез доп. : у 3 т. / Гуманітарний університет «ЗІДМУ», 11–12 жовтня 2016 р. / [ред. кол. В. М. Огаренко та ін.]. – Запоріжжя : ГУ «ЗІДМУ», 2016. – Т. 2. – С. 342–345.
3. Менеджмент в сфері услуг : учеб. пособие / под ред. д. э. н., проф. С. Ф. Поважного. – Донецк : ВИК, 2004. – 824 с.
4. Офіційний сайт Державної служби статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: www.ukrstat.gov.ua. – Назва з екрана.

Я. К. Денкова, студентка
Науковий керівник – **М. М. Логвин**,
к. геогр. н., доцент
Вищий навчальний заклад Укоопспілки
«Полтавський університет
економіки і торгівлі», м. Полтава
denkoffa@gmail.com

ОСОБЛИВОСТІ ПРОСУВАННЯ ТА РЕАЛІЗАЦІЯ ТУРИСТИЧНОГО ПРОДУКТУ В УКРАЇНІ

На основі статистичних даних мережі ТА «Поїхали з нами», компанії «Айті-Тур» і «Мережі Агентств Горящих путівок», можна оцінити масштаби змін, що відбувались на туристичному ринку зимового сезону 2014–2015 рр.

У зимовому сезоні 2014–2015 рр. провідним напрямком був Єгипет – майже 60 % проданих зарубіжних турів, згідно показників туркомпаній. На другому місці – ОАЕ, які мають всього 8,3 %, але на думку частини експертів, продавались насправді значно краще. Третя пзиція у Шрі Ланка – всього 3,9 %. Туреччина і Таїланд були майже на одному рівні, при тому, що за останні роки зимовий Таїланд в Україні перетворився у провідний масовий напрямок, стабільно входячи в трійку лідерів. Туроператори стабільно заказували в Бангкок із Києва прямі чартерні рейси.

Разом з курсом гривні упала популярність і решти напрямків (і далекомагістральних, і європейських). Українці стали менше бронювати Індію, хоч два роки тому деякі їздили в Гоа, як на дачу. Знизився до 0,9 % попит на Домінікану. Угорщина, Польща і Чехія попали у зведення тільки дякуючи автобусним турам. Хоч Ізраїль отримав всього 0,4 %, однак реальні цифри значно більші, бо основна маса туристів після відміни віз їдуть сюди самостійно.

Низькі показники по всіх напрямках, крім Єгипту, були очікуваними, бо загальне падіння турпотока по ринку складає від 45 до 65 %. Також можна підвести перші результати літнього сезону-2017. Завдяки статистичній інформації провідних українських мереж: «Поїхали з нами», «Мережі Агентств Горящих путівок», «На канікули», Tours & Tickets, можна отримати реальне уявлення, що відбувалось влітку на турринку [1].

Як і всі попередні літні сезони лідером залишалась Туреччина. Причому об'єми продажів у порівнянні з минулим роком зросли. Якщо рік назад турецький сегмент складав 57,5 %, то в цьому році він зріс до 67 %. Єгипет піднявся з 13,2 до 18,3 %, фантастично зросли показники Тунісу з 0,72 % до 2,9 %. Опустились в показниках Болгарія (з 5,3 % до 2 %), Чорногорія (з 4 % до 2,7 %), Кіпр (з 3,4 % до 1,3 %), Греція (з 2,5 % до 1,8), ОАЕ (з 1,4 % до 0,2), організована Україна (з 1,12 до 0,4 %) і навіть Італія (з 0,96 до 0,6 %). Зате виросли показники Іспанії (з 2,3 % до 2,6), яка в цьому році користувалась великим попитом [2].

На думку турагентів, головною темою сезону стала зовсім не розстановка сил по напрямках, а більша кількість траблів. Погіршився сервіс у багатьох турецьких готелях, хоч ціни зросли. Було чимало проблем с непоселенням, а також із затримками і

переносами рейсів, що особливо драгувало тих, хто купував відпочинок за системою раннього бронювання.

Список використаних джерел

1. Рейтинг летних направлений-2017 [Електронний ресурс]. – Режим доступу:
<http://www.turprofi.com.ua/rejtingi/2038-rejting-letnikh-napravlenij-2017>. – Назва з екрана.
2. Рейтинги направлений и туроператоров в зимнем сезоне 2014/2015 [Електронний ресурс]. – Режим доступу:
<http://www.tur-profi.com.ua/rejtingi/719-rejtingi-napravlenij-i-turoperatorov-v-zimnem-sezone-2014-2015>. – Назва з екрана.

***О. Г. Деркач**, к. е. н., асистент
Київський національний університет
імені Тараса Шевченка, м. Київ
oderkach1@knu.ua*

МАРКЕТИНГ ВРАЖЕНЬ В ІНДУСТРІЇ ГОСТИННОСТІ

Сьогодні на ринку товарів і послуг спостерігається така ситуація, коли у споживача є широкий вибір, а у виробники мають утримувати свого споживача в умовах жорсткої конкуренції. Жорстку конкуренцію здатні витримати тільки ті виробники, які зможуть створити у споживача враження від товарів та послуг. Так, набуває розвитку епоха «економіки вражень», коли споживач готовий придбати товар чи послугу психологічно близьку для нього.

Проблемам розвитку маркетингу вражень приділено увагу такими вченими як: Б. Джозефа Пайна II і Джеймса Гілмора (Joseph B. Pine II, James H. Gilmore), Шмітт Б., Роджерс Д., Вронцов К. Незважаючи на значну кількість наукових праць та розробок, присвячених розвитку маркетингу вражень в індустрії гостинності, слід зазначити, що багато питань залишаються не вирішеними.

Пайн Б. відзначає, що економіка вражень націлена на створення у споживача приємних спогадів про товар чи послугу, так само як французи вважають, що при споживанні вина важливим є не смак а після смак [5].

Вперше концепція економіки вражень була запропонована американськими дослідниками Д. Пайном та Дж. Гілмором, які вважали, що споживачі ставлять враження від товарів і послуг