

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ЧЕРКАСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ ТЕХНОЛОГІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
THE UNIVERSITY OF DABROWA GORNICZA, ПОЛЬЩА
HUMANITAS UNIVERSITY IN SOSNOWIEC, ПОЛЬЩА
SOCIAL SCIENCES ACADEMY, ПОЛЬЩА
КРЕМЕНЧУЦЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ МИХАЙЛА ОСТРОГРАДСЬКОГО
НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ДНІПРОВСЬКА ПОЛІТЕХНІКА»
ЧЕРНІВЕЦЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ ЮРІЯ ФЕДЬКОВИЧА

**ЕФЕКТИВНЕ УПРАВЛІННЯ ЕКОНОМІКОЮ:
ІНФОРМАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ, МАРКЕТИНГ, БІЗНЕС**

МАТЕРІАЛИ VI МІЖНАРОДНОЇ НАУКОВО-ПРАКТИЧНОЇ КОНФЕРЕНЦІЇ
27 квітня 2022 р.

Черкаси
2022

ББК 65.050
УДК 338.24(063)
Е 90

Організаційний комітет:

д.е.н., проф. Коломицева О.В., Черкаський державний технологічний університет;
dr. Maciej Borski, заступник декана факультету адміністрування та менеджменту, Humanitas University in Sosnowiec (Польща);
dr. Inz Malgorzata Smolarek, заступник декана факультету прикладних наук, Social sciences academy (м. Краків, Польща);
dr. Joanna Dziendziora, The University of Dabrowa Gornicza (Польща);
д.е.н., проф. Маслак О.І., Кременчуцький національний університет імені Михайла Остроградського;
д.е.н., проф. Буднікевич І.М., Чернівецький національний університет імені Юрія Федьковича;
д.е.н., проф. Пашкевич М.С., Національний технічний університет «Дніпровська політехніка»;
д.е.н., проф. Петкова Л.О., Черкаський державний технологічний університет;
д.е.н., проф. Манн Р.В., Черкаський державний технологічний університет;
д.е.н., проф. Шпильова В.О., Черкаська філія ПВНЗ «Європейський університет»
д.е.н., проф. Заблодська І.В., Інститут економіко-правових досліджень НАН України.

Е 90 Ефективне управління економікою: інформаційні технології, маркетинг, бізнес [текст]: матеріали VI Міжнародної науково-практичної конференції, 27 квітня 2022 р. // Черкаський державний технологічний університет. – Черкаси: ЧДТУ, 2022. – 91 с.

Викладено тези доповідей учасників міжнародної науково-практичної конференції «Ефективне управління економікою: інформаційні технології, маркетинг, бізнес», яка відбулася у м. Черкаси 27 квітня 2022 року. На конференції були розглянуті теоретичні та практичні питання ефективного управління економікою.

ББК 65.050
УДК 338.24(063)

© Черкаський державний
технологічний університет, 2022

ЗМІСТ

Ахтоян А.Н., Баранюк Д.С., Шевченко В. НАПРЯМКИ ЗАСТОСУВАННЯ МАРКЕТИНГОВИХ ІНСТРУМЕНТІВ В РОЗВИТКУ ТЕРИТОРІЙ ЗА КОНЦЕПЦІЯМИ «ЦЕНТР ТОРГІВЛІ ТА ШОПІНГУ» ТА «ТУРИСТИЧНЕ МІСТО».....	5
Березюк-Рибак І.Р. НАПРЯМИ РОЗВИТКУ КРЕАТИВНОГО СЕРЕДОВИЩА В УКРАЇНІ.....	12
Бруско І.В. ХАРАКТЕРИСТИКА РИНКУ АВТОМОБІЛІВ В УМОВАХ ВОЄННОГО СТАНУ	17
Бурцева Т.І., Пальонна Т.А. METHODS OF OPTIMIZATION OF BANKS 'ACTIVITIES IN THE FIELD OF RETAIL SERVICES.....	20
Бурцева Т.І., Сусід О.П. МОДЕЛІ СИСТЕМ МАСОВОГО ОБСЛУГОВУВАННЯ В УПРАВЛІННІ ДІЯЛЬНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА	24
Вовчанська О.М., Іванова Л.О. МАРКЕТИНГОВИЙ АНАЛІЗ ВПЛИВУ ІНФОРМАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ НА РОЗВИТОК СІЛЬСЬКОГО ТУРИЗМУ	27
Грам І.В., Пепчук С.М. ЖИТТЄВИЙ ЦИКЛ ПРОМИСЛОВИХ ТОВАРІВ.....	32
Загоруйко І.О. МОДЕЛЬ СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНОЇ ЕВОЛЮЦІЇ КВАЗІРИНКОВОЇ ТОТАЛІТАРНОЇ КРАЇНИ	35
Коломицева О.В., Васильченко Л.С. КОНЦЕПЦІЯ ЕКОЛОГІЧНОГО МАРКЕТИНГУ В КОНТЕКСТІ СТАЛОГО РОЗВИТКУ	37
Ларка Л.С. ПОСИЛЕННЯ МАРКЕТИНГОВОГО ПОТЕНЦІАЛУ ПІДПРИЄМСТВА ЗА ДОПОМОГОЮ МАРКЕТИНГОВИХ ДОСЛІДЖЕНЬ	40
Немцова О.Г., Недоступ В.А., Боковня А.О. ІТ-РИНОК: ГАЛУЗЬ ТА СПЕЦИФІКА.....	43
Новиченко Д.О., Бабічева Г.С. АНАЛІЗ СКЛАДОВИХ ІМІДЖУ ПРАТ «ФІТОФАРМ».....	46
Овчаренко О.Ю., Бабічева Г.С. АНАЛІЗ АСОРТИМЕНТУ ЛІКАРСЬКИХ ЗАСОБІВ, ЩО ЗАСТОСОВУЮТЬСЯ ДЛЯ ЛІКУВАННЯ ГЕРПЕТИЧНОЇ ІНФЕКЦІЇ	48

УДК 658.8:004:338.48-44(1-22)

Вовчанська О.М.

Vovchanska O.M.

Львівський торговельно-економічний університет

Іванова Л.О.

Ivanova L.O.

Львівський державний університет фізичної культури імені Івана Боберського

**МАРКЕТИНГОВИЙ АНАЛІЗ ВПЛИВУ ІНФОРМАЦІЙНИХ
ТЕХНОЛОГІЙ НА РОЗВИТОК СІЛЬСЬКОГО ТУРИЗМУ
MARKETING ANALYSIS OF INFORMATION TECHNOLOGIES
INFLUENCE ON THE DEVELOPMENT OF RURAL TOURISM**

Розвиток науки і техніки сприяє зростанню ступеня інформатизації, широкому впровадженню інформаційних технологій в різних сферах, що синергічно забезпечує достатньо потужний розвиток суспільства загалом. Вплив інформаційних технологій на туристичну галузь відбувається на різних стадіях створення та промоції туристичного продукту: підвищення ефективності маркетингового менеджменту туристичного підприємства, підвищення якості обслуговування клієнтів, успішна реалізація існуючих та створення нових туристичних послуг.

Сільський туризм в Україні давно розглядається як динамічна та прибуткова галузь, яка стимулює розвиток економіки країни і дозволяє ефективно використовувати її природний та історико-культурний потенціал. Світова практика невпинно демонструє, що сільський туризм доцільно визнавати пріоритетним сегментом туристичної індустрії, позаяк він забезпечує від семи до 20% її прибутку. Окрім цього, сільський туризм містить надзвичайно важливу соціальну складову, а саме забезпечення зайнятості сільського населення. Послуги, що надаються в туристичному сегменті сільського туризму, зазвичай включають: проживання в затишних приватних садибах; харчування на замовлення туриста екологічно чистими продуктами;

знайомство з історією краю; походи за грибами і ягодами; участь у народних обрядах, святах; катання на човнах і конях; участь у сільськогосподарських сезонних роботах (збирання суниці, томатів, винограду тощо).

Для збільшення обсягу туристичних послуг, розвитку сільського туризму і ширшого його соціального впливу необхідно впроваджувати та використовувати інформаційні технології. Саме інформаційні технології забезпечують ефективний розвиток та популяризацію сільського туризму. Багато європейських країн широко використовують інформаційні технології інтернету, прямий продаж турів власниками садиб, переваги рекламування сільського туризму осередками агротуристичних місцевостей. В Україні з цією метою створена громадська організація «Спілка сприяння розвитку сільського зеленого туризму в Україні» (Спілка) [1], яка має велику кількість відділень. Ця організація здійснює великі обсяги робіт щодо ефективнішого використання інформаційних технологій для реклами послуг сільського туризму. Зокрема, Спілка розробила програму добровільної категоризації «Українська гостинна садиба» та екомаркування «Зелена садиба», створила інформаційну базу даних про можливості розміщення та надання послуг для 600 агроосель, яка представлена на інтернет-сторінці Спілки.

Найбільшою проблемою на ринку послуг сільського туризму є їх ефективна реалізація. Для її вирішення необхідно не тільки створити якісний туристичний продукт, але і забезпечити його збут. Тому промоція послуг сільського туризму, забезпечення мандрівників повноцінною інформацією про них не втрачає своєї актуальності. За таких умов застосування сучасних інформаційних технологій в галузі сільського зеленого туризму набуває особливої ваги і потребує неухильної уваги.

Маркетингові дослідження засвідчили, що у сільському туризмі в Україні використання інформаційних технологій для промоції агротурпродукту є на доволі низькому рівні на відміну від реальної маркетингової практики в інших країнах. Зокрема, одним із важливих видів інформаційних технологій, що

використовуються для промоції агротурпродукту, є e-mail маркетинг. Для електронного розсилання рекламних повідомлень використовуються як власні клієнтські бази туристичних домогосподарств, так і можливості їх масових розсилок через спеціалізовані організації. Найчастіше адресатами таких повідомлень є безпосередньо потенційні споживачі послуг сільського зеленого туризму. Електронні розсилання недорогі, дозволяють оперативно інформувати клієнтів, забезпечують швидку передачу інформації. В багатьох країнах успішно функціонують національні інформаційні мережі сільського туризму для рекламування таких туристичних послуг і бронювання місць для мандрівників.

Ефективне застосування передових інформаційних мережевих технологій сприяє наданню якісніших туристичних продуктів та послуг у сегменті сільського туризму. Привабливі сільські райони повинні більшою мірою використовувати вигідні ресурси для створення високоякісного туристичного продукту, популяризація та промоція якого практично не можлива без передових інформаційних технологій. Також може бути поза увагою різноманітність сучасних туристичних продуктів та послуг у ланцюгу індустрії сільського туризму.

Разом з туристичними та іншими посередницькими агентствами, все важливішу роль у виборі туристичної подорожі відіграють онлайн-платформи. З розвитком мобільного інтернету туристичні додатки перетворились в основні інструменти для обирання туристичної подорожі, у тому числі і в сегменті сільського туризму. Новітні електронні туристичні додатки повинні містити якнайновішу і комплексну інформацію щодо сільського туризму. Важливо постійно оптимізувати дизайн ефекту візуального додатку сільського туризму в інтерфейсі програми для туризму, щоб привертати більшу увагу туристів. Для цього необхідно ґрунтовно і чітко володіти характеристиками та перевагами місцевого туризму і передавати їх через слова, фотографії та відео для посилення ефекту створеної онлайн-платформи.

Технологія віртуальної реальності (VR), отримана на основі новітніх інформаційних технологій і широко використовується у різних сферах, має безпосередній застосунок і у сільському туризмі. Зокрема, технологію VR доцільно використовувати для яскравішого і ефективнішого відображення сільської місцевості та її культурно-мистецьких особливостей, що збільшить показник залучення туристів. Для побудови туристичної платформи VR доцільно детально проаналізувати та вивчити виставкові вимоги туристичних об'єктів та наявний досвід туристів у віртуальному туризмі, щоб їх величезна кількість змогла відчути сільські пейзажі онлайн і досягти запланованої мети туристичного відпочинку.

Безумовно, розвиток сільського туризму вимагає запровадження побудови туристично-культурного бренду. Розпочати доцільно зі створення своєрідного сільського стилю, який базуватиметься на місцевій традиційній культурі житлових будинків і далі поступово зміцнювати неповторну фірмову забудову. Поєднання неповторного стилю туристичної дестинації з традиційною культурою та її сучасними формами дозволить створити ще й особливу культурно-мистецьку локацію, яка може викликати сильні соціальні ефекти за допомогою новітніх медіа.

Якмога швидше, ширше, повноцінніше впровадження інформаційних технологій на ринку сільського туризму в Україні дозволить, по-перше, поширювати інформацію щодо туристичних продуктів та суб'єктів туристичного бізнесу (туристичні портали, офіційні web-сторінки, групи у соціальних мережах турагенств і туроператорів, віртуальні 3d-тури, інтернет-реклама, SMS та e-mail-розсилки). В Україні прикладами таких туристичних порталів з інформацією про зелені (агро-) садиби є: <http://www.karpaty.info/ua/>, <http://ruraltourism.com.ua/>, <http://ua.dorogovkaz.com/>, <http://green.vsitury.com.ua/> та ін.; по-друге, здійснювати обслуговування купівлі та супровід споживання туристичного продукту (уніфіковані інформаційні бази даних з переліком можливих туристичних продуктів, глобальні системи онлайн-бронювання),

надавати комплекс туристичних послуг. Безперервна технічна можливість бронювання не тільки розширює сегменти українських туристів, але і покращує віртуальні комунікації та пропозиції послуг сільського туризму для іноземних; по-третє, розпізнавати туристичні об'єкти при плануванні подорожей та споживанні туристичного продукту сільського туризму (мобільні карти, інформаційні позначення в поселеннях, QR-коди об'єктів туристичної інфраструктури); по-четверте, здійснювати туристичний маркетинговий менеджмент (інформаційні бази даних клієнтів, їх опитування з використанням спеціальних пакетів прикладних програм, обробка інших даних маркетингових досліджень, електронний документообіг, автоматизація обліку тощо).

Отже, пріоритетним напрямом розвитку сільського туризму залишається створення і використання інформаційних засобів і технологій з даними клієнтської бази та своєчасне інформування туристів про пропозиції послуг відпочинку на селі. Для його ефективного практичного втілення дуже важливо використовувати маркетинговий зворотній зв'язок, який слугуватиме якісною інформаційною основою для прийняття рішень щодо подальших удосконалень в сегменті сільського туризму.

Список використаних джерел

1. Спілка сприяння розвитку сільського зеленого туризму в Україні. URL: <https://www.greentour.com.ua/>