МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ

Львівський інститут економіки і туризму

Львівська обласна державна адміністрація

Львівська міська рада

Львівська асоціація розвитку туризму

Східноєвропейський національний університет ім. Лесі Українки

Мукачівський державний університет

ТУРИСТИЧНИЙ БРЕНД ЯК ФАКТОР ФОРМУВАННЯ ПОЗИТИВНОГО ІМІДЖУ УКРАЇНИ НА СВІТОВОМУ РИНКУ

Матеріали Всеукраїнської науково-практичної
Інтернет конференції

14 березня 2019 року

м. Львів

УДК 338.48:339.92
Т-86

«Туристичний бренд як фактор формування позитивного іміджу України на світовому ринку» : [Текст] : Зб. матер. Всеукр . наук.-практ. Інтернет конф. (Львів, 14 березня 2019 р.) / Міністерство освіти і науки України, Львівський інститут економіки і туризму. − Львів : ЛІЕТ, 2019. − 122 с.

У збірнику представлено статті, що стосуються теоретичних засад і прикладних проблем розвитку туристичного бренду як фактора формування позитивного іміджу України на світовому ринку у XXI столітті з погляду стратегії сталого розвитку.

Учасниками конференції обговорено широке коло питань, зокрема: запровадження та просування бренду у туристичній, готельній та ресторанній сферах; сучасні тенденції та пріоритети сталого розвитку туризму в XXI-му столітті; досліджено роль брендигу у туризмі та гостинності як важливої складової стратегії економічного розвитку підприємства/галузі/країни; рекреаційно-туристичний потенціал України, шляхи його збереження та раціонального використання і промоції через механізми брендингу; інноваційні технології як механізм конкурентноздатності туристичного та готельно-ресторанного бізнесу; туризм як складова стратегії сталого розвитку регіонів; економічні проблеми туристичної діяльності в Україні; перспективи розвитку спеціалізованих та екологічно орієнтованих видів туризму; економічні та соціальні аспекти сталого розвитку туризму; сучасні підходи щодо створення харчової продукції та її брендингу; управління діяльністю підприємств туристичного та готельно-ресторанного бізнесу на засадах сталого розвитку; поглиблення транскордонного співробітництва у сфері туризму у контексті євроінтеграції.

Для науковців, працівників туристичної галузі, студентів закладів вищої освіти та широкого кола читачів.

ОРГАНІЗАТОРИ КОНФЕРЕНЦІЇ:
Міністерство освіти і науки України
Львівський інститут економіки і туризму
Львівська обласна державна адміністрація
Львівська міська рада
Львівська Асоціація Розвитку Туризму
Східноєвропейський національний університет ім. Лесі Українки
Мукачівський державний університет

УПОРЯДНИКИ:
Бочан І.О. − ректор Львівського інституту економіки та туризму, д.е.н., професор;
Білецький М.І. − завідувач кафедри туризму і готельної справи, к.г.н., доцент;
Кушнірук Г.В. − заступник завідувача кафедри туризму і готельної справи, к.г.н., доцент;
Дорош Ю.С. − завідувач лабораторії інноваційних технологій в туризмі.

Збірник матеріалів конференції видано в електронному pdf-форматі.

Електронний варіант збірника матеріалів конференції розміщено на сайті http://www.liet.lviv.ua

©ЛІЕТ, 2019
©Автори статей

ЗМІСТ

Вступне слово…….…….. 5

ТЕМАТИЧНИЙ НАПРЯМОК

Теоретико-прикладні аспекти управління якістю продукції, процесів і послуг для забезпечення позитивного іміджу України на світовому туристичному ринку

Рутинський М.Й., Кушнірук Г.В., Дорош Ю.С. Туристичний брендбук Львівщини як інструмент формування позитивного іміджу України на світовому ринку……. 8

Бомба М.Я., Шах А.Є., Івашків Л.Я. Здорове харчування – як важливий ресурс відновлення і збереження здоров'я нації…… 14

Ільницька-Гикавчук Г.Я. Теоретичні засади управління якістю туристичних послуг як фактора підвищення туристичного іміджу України…… 17

Лозинський Р.М. Туристичний брендинг як складова просторового планування……. 19

Молнар-Бабіля Дж.І., Чорій М.В. Тенденцій організації харчування туристів Західного регіону…….. 21

Павлишин М.Л., Сінайко О.Є. Про апробацію технології брендингу алкогольних напоїв в українському бізнесі…….. 25

Петришин Д.Р., Рутинський М.Й. Світове явище овертуризму та шляхи його подолання. Потенційна загроза для вітчизняних туристичних дестинацій…….. 28

Рутинський М.Й., Ткаченко Н.С., Біда Ю.-С.І. Бренди фестивального туризму України……. 31

Удуд І.Р., Петришин Д.Р. Сучасні тренди в туристичному бізнесі та їх вплив на заклади готельного господарства…….. 36

ТЕМАТИЧНИЙ НАПРЯМОК

Напрями оптимізації туристичної галузі України на засадах підвищення ефективності її функціонування

Бартошук С.О., Безручко Л.С. Особливості функціонування гірськолижних комплексів Українських Карпат …… 39

Берест Р.Я. Історичний аспект сучасного туристичного бренду України…. 42

Виклюк М.І., Гресик В.В. Напрями фіскальної підтримки розвитку індустрії туризму в Україні…….. 45

Вівчарук О.М., Даниляк Ю.І. Світовий досвід інноваційного розвитку закладів ресторанного господарства…… 48

Дорош Ю.С. Креативні готелі на туристичному ринку України…….. 51

Заяць С.Н., Білецький М.І. Історико-культурна спадщина поселень Львівської області……. 55

Ільїн Л.В., Пасічник М.П. Перспективні сапропелеві родовища Волинської області та можливості їх використання у лікувально-оздоровчій рекреації……. 52

Ільїна О.В., Ткачук Т.В. Туристичні бренди країн, регіонів і міст як чинник підвищення їх конкурентоспроможності……..... 59
Карпенко Ю.В. Сучасний стан та особливості розвитку фестивального туризму на Полтавщині……. 62
Кобельська А.І., Білецький М.І. Інфраструктура та її роль у розвитку туризму…… 65
Кушнірук Г.В., Цьолковська І.Р. Гастрономічний бренд туристичної дестинації…… 68
Панько О.І. Перспективні напрямки розвитку туризму в малих містах…. 71
Петлін І.В. Перспективи розвитку туризму в Карпатському регіоні шляхом створення субрегіонального туристично-рекреаційного кластеру «Магура»……. 74
Петлін І.В., Мосійчук І.А. Підходи до організації лікувально-оздоровчого туризму в сучасних умовах …… 78
Степанова Л.В., Тужилкіна О.В. Напрями оптимізації розвитку туристичної галузі на основі удосконалення стратегій управління персоналом……... 81
Сусол Н.Я., Джурик Н.Р.-Й. Впровадження системи НАССР: важливий етап в забезпеченні якості ресторанних послуг……..… 83
Удуд І.Р., Зварич Д.В. бренд «Reikartz Hotel Group» як приклад ефективного функціонування готельних мереж України…….. 86

ТЕМАТИЧНИЙ НАПРЯМОК

Шляхи забезпечення конкурентних переваг туристичних підприємств на міжнародному ринку: фінансовий та обліково-аналітичний аспект

Абдуллаєв Зухраб іса Огли. Социальная политика в клиенториентированной экономике……. 91
Гнаткович О.Д., Чепурнова О.С. Основні методи оцінки бренду готелю.. 93
Заруба А.А., Рутинський М.Й. Ребрендинг як складова інноваційного маркетингу…….. 96
Ільчук О.О., Жук В.В. Ефективна праця персоналу як запорука підтримки успішного бренду…… 99
Скрипай К.В., Рутинський М.Й. Проблеми якості та порушення програм обслуговування клієнтів туроператором “Join Up” у 2018 році: чи врятує імідж компанії її розкручений бренд…… 102
Смирнов І.Г. «Овертуризм» та клієнтоорієнтована економіка……. 106
Удуд І.Р., Семчук І.А. Стратегія підвищення конкурентоспроможності та її особливості у підприємствах готельної індустрії в сучасних умовах….. 110
Хаустова К.М., Рубіш М.А. Сутність та класифікація конкурентних стратегій в готельному бізнесі…….. 113
Максимець О.Б., Максимець В.Л., Коваль М.Р. Збереження традицій лемківської кухні як один із факторів розвитку етногастрономічного туризму в Україні…… 116

***Дорош Юлія Степанівна**, завідувач лабораторією, викладач*
Львівський інститут економіки і туризму
e-mail: yudorosh07@gmail.com

КРЕАТИВНІ ГОТЕЛІ НА ТУРИСТИЧНОМУ РИНКУ УКРАЇНИ

Вступ. Сучасне світове готельне господарство динамічно розвивається. Воно отримує значні валютні надходження за рахунок внутрішнього та міжнародного туризму. Більшість мандрівників, котрі здійснюють подорожі, прагнуть знайти найкраще співвідношення якості та ціни готельних послуг. У результаті вимоги до готелів зростають з року в рік. Для збереження рівня споживчого попиту та залучення нових гостей готельні оператори впроваджують різноманітні інноваційні рішення: будівництво готелів у незвичайних місцях, перебудова індустріальних споруд та створення у них готелів, креативне оформлення інтер'єру та екстер'єру, впровадження додаткових інноваційних послуг.

Результати дослідження. Світовий досвід поширення креативних готелів засвідчує, що цей сегмент є доволі прибутковим і ще не достатньо заповненим. В основі впровадження інноваційних рішень в готельному господарстві є творчість та креативний підхід. Готельний бізнес щоразу більше привертає увагу творчих людей як чудовий майданчик для реалізації ідей. В індустрію гостинності залучаються значні кошти, у цій сфері працюють талановиті архітектори, дизайнери, для того, щоб зручність та розкіш перестали бути стандартизованими [5].

Креативний готель – це готель, який активно використовує оригінальні творчі (креативні) рішення в своїй діяльності. Ці рішення є найрізноманітнішими і можуть стосуватися багатьох аспектів діяльності готелю. Так, наприклад:

- особливості місцезнаходження (на дереві, під водою, на скелі);
- особливості зовнішнього вигляду будівлі (готель у вигляді собаки, готель у вигляді півмісяця, химерні фігури, у вигляді капсул);
- особливості інтер'єру (оформлення номерів у стилі історичних епох, з відомих фільмів, у національних стилях);
- історичне походження будівлі готелю (готель-замок, готель-фортеця, готель-в'язниця, готелі, що знаходяться в недіючих церквах-монастирях);
- перебудова індустріальних споруд (готель у крані, готель у трубі);
- матеріал для будівництва (готель із соляних блоків, готель із льоду);
- використання національних та релігійних мотивів (іглу, рьокани, вігвам, юрти);
- креативні рішення в процесі надання ресторанних та інших послуг (сніданок із жирафами) [3, с. 300].

Варто зазначити, що більшість готелів, які займаються просуванням креативних рішень у своїй діяльності, зосереджено у країнах, що високо

позиціонуються на ринку міжнародного туризму. Впровадження креативних інновацій підвищує вартість готельних послуг, проте це не зменшує попит. Резервувати номери у найвідоміших креативних готелях потрібно за декілька місяців, іноді навіть за півроку заздалегідь.

У світі існує значна кількість готелів такого типу та користується популярністю серед мандрівників. Наприклад, *Treehotel* – це унікальний архітектурний проект, який знаходиться посеред шведських лісів. Готельний комплекс складається з оригінальних будиночків (номер Ufo, номер Blue Cone, номер Bird's Nest, номер Mirrorcube, котедж) розміщених на дереві. *Dog Bark Park Inn* – один з найпопулярніших готелів США, який побудований у вигляді великої дерев'яної статуї собаки породи бігль. *Готель «Чарівна гора» (Montaña Mágica Lodge),* що знаходиться на території національного заповідника Уїло-Уїло (Huilo-Huilo), в 2007 р. включеного до Всесвітньої спадщини ЮНЕСКО. *Курортний готель Hurawalhi* відомий завдяки найбільшому в світі скляному підводному ресторану 5.8 Undersea. *Готельний комплекс Kakslauttanen*, що розташований в Лапландії, за полярним колом, пропонує гостям пожити в одному з двадцяти скляних «іглу», крізь прозору стелю яких можна милуватися зоряним небом не виходячи на вулицю. Всередині «іглу» тепло та комфортно навіть у люті морози.

В Україні кількість креативних готелів є незначною. Варто навести такі приклади [4]:

- готель «Історія» (с. Поляниця, Буковель);
- Ice Hotel Bukovel (с. Поляниця, Буковель);
- арт-готель «Баккара» (м. Київ);
- бутік-готель «Via Regia» (м. Радомишль);
- дизайн-готель «11 Mirrors» (м. Київ);
- еко-готель «Friend House» (смт. Обухівка, Дніпропетровська обл.).

Готель «Історія» – чотириповерховий дизайн-готель (26 місць), присвячений історії України, де кожен з 10 номерів відображає певний етап історії нашої держави: первісна доба, трипільська культура, Скіфія, Русь, княжий період, кріпацтво, козацтво, національно-визвольний рух, класика. Вартість проживання складає від 2600 грн. за добу для двох [2].

Ice Hotel Bukovel – унікальний готель побудований зі снігу та льоду. Послуги готелю різноманітні, насамперед це: за вартістю вхідного квитка (135 грн.) можливість огляду фотозон Ice Restaurant та номерів Ice Hotel; Ice Bar з льодяним посудом і великою кількістю напоїв; Ice Hotel – готель, де можна провести ніч в крижаному номері, але в теплому ліжку; бранч в Ice Restaurant з ексклюзивним меню; вечеря в Ice Restaurant з трансфером на багі та авторськими м'ясними стравами. Ночівля у Ice Hotel Bukovel обійдеться у 3300 грн. з особи [1].

Арт-готель «Баккара» – готель, головна відмінність якого від інших полягає в тому, що він розташований на воді. Тобто, це плавуча баржа, перетворена на затишний готель, з вікон якого можна милуватися прекрасною

панорамою дніпровських берегів; іншою стороною вікна номерів виходять на парк. Зовні готель нагадує океанський лайнер з дахом синього кольору, а в цілому здалеку готель схожий на різнобарвний вітраж. В інтер'єрі переважають світлі тони, зручні меблі – у вінтажному стилі.

Бутік-готель «Via Regia» є невід'ємною частиною музейного комплексу «Радомисль». Номери виконані в аскетичному стилі раннього модерну і трохи нагадують чернечі келії, але оформлені в теплих, світлих тонах з підкресленими елементами цегляної кладки. Меблі в номерах – дерев'яна і плетені, що дозволяє повною мірою відчути себе в епосі 17-18 століть.

Дизайн-готель «11 Mirrors» – цей столичний готель знаходиться в самому центрі Києва, по сусідству з Володимирським собором і Національною оперою. Ідея дизайн-готелю – баланс стилю і краси, тобто строгість і нейтральні тони, що, на думку творців, прекрасно сприяють як підтриманню робочого настрою, так і відпочинку. Ця концепція дотримана і в екстер'єрі, і в інтер'єрі.

Еко-готель «Friend House» – готельний комплекс, розташований на ділянці площею три гектара в курортній лісовій зоні неподалік від річки Орель, що в 30 км від міста Дніпропетровська, Україна. Комплекс був спроектований українським еко-дизайнером Юрієм Ринтовтом, який постарався зробити його максимально екологічним. Еко-готель Friend House має загальну площу 1750 м^2 і побудований з натуральних матеріалів, що біологічно розщеплюються: дерева, глини, черепашнику та очерету. Каркаси споруд виконані з деревини, глини і черепашнику. Всі меблі в комплексі були спроектовані дизайнерською студією Юрія і зроблені з дерева, навіть умивальники у ванній. Вікна в будинках широкі, що сприяє природному освітленню, а також є безліч маленьких віконечок, які надають будівлям і інтер'єрам унікальність [4].

Щодо цінової політики, зрозуміло, що вартість проживання в готелях із креативними рішеннями є рівня вище середнього, але туристи готові платити за враження, тому завантаженість є завжди високою, що приносить значний прибуток.

Висновки. На міжнародному туристичному ринку зростає кількість пропозицій готелів, що пропонують інноваційні креативні рішення у своїй діяльності. Готельна індустрія України також впроваджує креативні рішення у діяльності готелів, приклади яких описано вище. Варто зазначити, що збільшенню кількості креативних готелів сприятимуть також поліпшення туристичного іміджу нашої країни, розвиток загальної та спеціальної туристичної інфраструктури, підвищення якості туристичних послуг. Креативні рішення в готельному господарстві допоможуть залучити нових туристів, підвищити середні витрати гостей на різноманітні послуги, досягти успіху у сфері готельного бізнесу. Вони пропагуватимуть українську культуру та покращать туристичний імідж України на міжнародному туристичному ринку.

Список використаних джерел:

1. Ice Hotel Bukovel [Електронний ресурс]. – Режим доступу : https://bukovel.com/winter/ice-hotel-bukovel
2. Готель «Історія» [Електронний ресурс]. – Режим доступу : www.historyhotel.com.ua/
3. Дорош Ю.С., Лозинський Р.М. Інноваційні послуги креативних готелів на міжнародному туристичному ринку / Ю.С. Дорош, Р.М. Лозинський // Туристичні послуги як фактор розвитку міжнародного туризму: збірник матер. Між нар. конф. (10 травня 2018 р.). – ЛІЕТ: Львів, 2018. – С.299-305.
4. Креативні готелі України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : https://infokava.com/uk/27725-kreativnye-oteli-ukrainy-foto.html.
5. Шикіна О. В. Теоретичні основи діяльності концептуальних готелів та їх класифікація / О. В. Шикіна, Г. І. Фадєєва // Східна Європа: економіка, бізнес та управління. – 2017. – №6 (11). – С. 207–214.