

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

T-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. – 120 с.

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

Учасниками конференції обговорено широке коло питань: запровадження та просування бренду у туристичній, готельній та ресторанній сферах; сучасні тенденції та пріоритети сталого розвитку туризму в XXI-му столітті; досліджується роль брендингу 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 конкурентоздатності 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 електронному pdf-варіанті.

***Електронний варіант збірника матеріалів конференції розміщений 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. Тенденції 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.....	52

волинської області та можливості їх використання у лікувально-оздоровчій рекреації.....	
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., Цюлковська 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. Соціальна політика в клієнторієнтованій економіці.....	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

*Петлін Ірина Володимирівна, к.е.н, доцент
Львівський інститут економіки і туризму
e-mail: petlinirina@gmail.com*

ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ В КАРПАТСЬКОМУ РЕГІОНІ ШЛЯХОМ СТВОРЕННЯ СУБРЕГІОНАЛЬНОГО ТУРИСТИЧНО-РЕКРЕАЦІЙНОГО КЛАСТЕРУ «МАГУРА»

Туризм є одним із перспективних видів діяльності в Україні. Беручи до уваги позитивну динаміку його розвитку, потрібно враховувати й те, що існують проблемні сторони його функціонування. Серед них варто виділити ті, які мають найбільш вагомий вплив – це нестабільність законодавчої бази, низька конкурентоспроможність вітчизняного турпродукту, низький рівень розвитку інфраструктури (у тому числі й туристичної), державного фінансування тощо. Саме ці дестабілізуючі фактори стримують розвиток туристичної сфери, не сприяють підвищенню її конкурентоспроможності й інтегрованості в європейську систему сфери туристичних послуг.

Реалізація новітніх підходів щодо забезпечення сталого розвитку та конкурентоспроможності певної території є однією з передумов успішного розвитку будь-якого регіону. В рамках новітніх інноваційних моделей всі учасники ринку задля більш ефективного виконання певних функцій або реалізації певних цілей прагнуть об'єднатися в кластери.

Кластерні об'єднання сприяють збільшенню національної та регіональної конкурентоспроможності і є характерною ознакою сучасної інноваційної економіки. Світовий досвід продемонстрував, що кластери виникають в різноманітних галузях економіки: високотехнологічних, у сфері виробництва і у сфері послуг. Актуальним є впровадження кластерного підходу і в туристичній галузі.

Туристичний кластер являє собою концентрацію на певній території підприємств індустрії туризму, які взаємодіють між собою з метою створення туристського продукту. Групи підприємств спільно використовують туристські ресурси, інфраструктуру, ринок праці та взаємодоповнюють один одного.

Слід зазначити, що структура туристично-рекреаційного кластера є достатньо складна (табл. 1).

Основними напрямками роботи таких кластерів можуть бути:

- формування спільних туристичних продуктів;
- позиціонування вітчизняного туризму на міжнародних ринках;
- покращення соціально-економічного становища туристично-привабливої території;
- розвиток інфраструктури сервісних (санітарно-гігієнічних, побутових, медичних, прокатних) та інформаційних послуг для туристів;
- розробка та реалізація маркетингової стратегії просування туристичного продукту з використанням сучасних методів і засобів (Інтернет-портал,

- розміщення зовнішньої реклами, участь у міжнародних та українських виставкових заходах, проведення прес-турів для ЗМІ й інфотурів вітчизняних та зарубіжних туроператорів);
- розробка, маркування туристичних маршрутів регіоном, у тому числі маркування екологічних стежок, історико-пізнавальних та науково-дослідницьких маршрутів, оздоровчих та водно-розважальних турів тощо;
 - проведення навчальних тренінгів-семінарів для членів територіальних громад, організація конференцій, круглих столів та семінарів.

Ураховуючи проблемні сторони діяльності суб'єктів туристичної сфери, особливо актуальною сьогодні є розробка заходів щодо стимулювання та підвищення ефективності їх функціонування. Головними першочерговими заходами мають стати розробки:

- пілотних туристичних кластерів;
- спільних тематичних туристичних продуктів;
- спільного бренда для промоції на міжнародних туристичних ринках, участь під цим брендом на виставково-ярмаркових заходах.

Таблиця 1

Структура туристично-рекреаційного кластера [1, с.256]

Компоненти агротуристичного кластера	Учасники
Туристичний блок	Туристичні фірми, готелі та інші заклади з тимчасового проживання, сільські садиби, атракційні об'єкти, об'єкти природно-заповідного фонду, інфраструктурні заклади
Виробничий блок	Виробники продукції (послуг)
Науково-освітній блок	Освітні заклади, здатні забезпечити потреби у високо-кваліфікованих кадрах, наукові установи, які відповідають за стратегію розвитку туризму
Управлінський блок учасників об'єднання	Керівники організацій, що утворили кластер, представники фінансово-кредитних інститутів та органів державного управління і влади, які координують дії учасників об'єднання

23 січня на території Славської ОТГ відбулося засідання з питань перспектив розвитку субрегіонального туристично-рекреаційного кластера «Магура» на межі Івано-Франківської, Львівської та Закарпатської областей.

Учасники висловили одностайну підтримку створення спільної платформи для планування та координації зусиль спрямованих на розвиток туристичного потенціалу території.

На території Славської ОТГ передбачається побудова сучасного європейського гірськолижного курорту, розбудова та удосконалення туристичної інфраструктури, доріг, пішохідних та велосипедних шляхів, відпочинкових та оздоровчих комплексів, підприємств індустрії розваг тощо.

Тобто передбачається формування так званого «бойківського кільця» Славське-Пилипець-Вишків-Славське (рис.1) з долученням до нього громад Міжгірського району Закарпаття, а також Долинської ОТГ, Вигодської ОТГ, Витвицької ОТГ та Болехівської міської ради Івано-Франківської області. Це дасть можливість активізувати туристичну дільність та збільшити туристичні потоки.

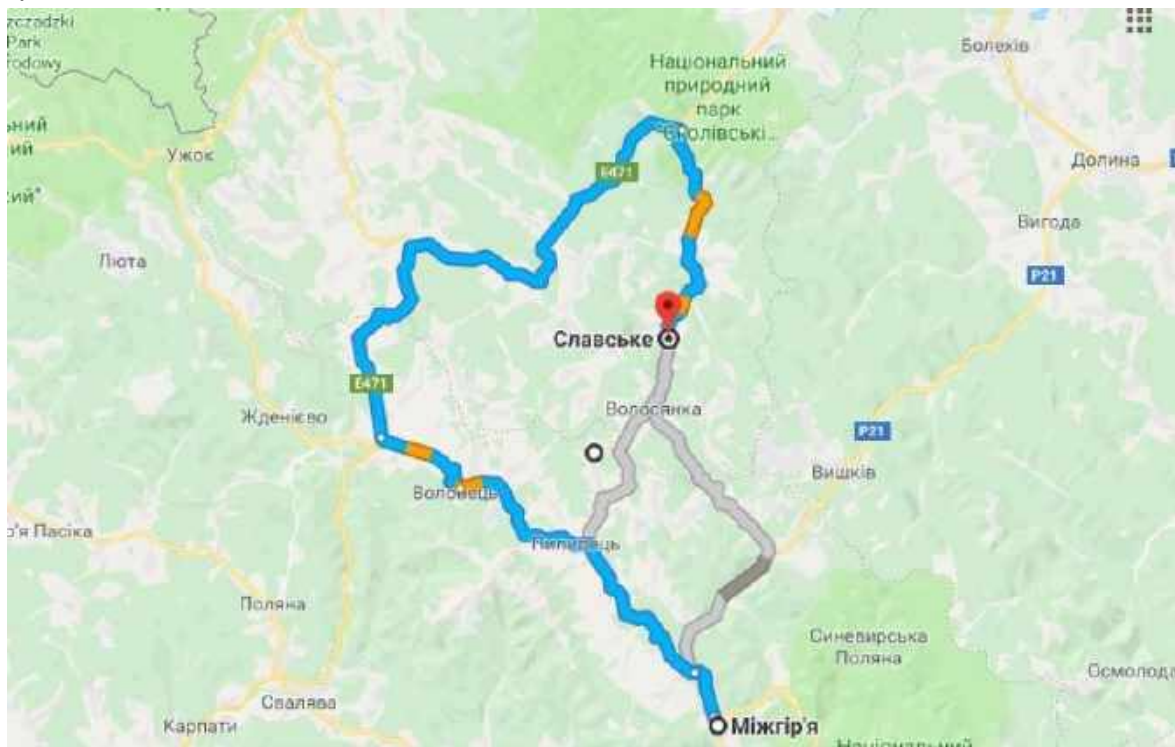


Рис. 1. «Бойківське кільце» субрегіонального туристично-рекреаційного кластеру «Магура»

Кожна з громад, яка входить до складу туристично-рекреаційного кластеру має цікаві туристичні об'єкти навколо яких можлива розбудова цілого сектору місцевої економіки: для Міжгірського району – екотуризм; для Долинської ОТГ – бальнеологічне використання підземних розсолів; для Вигодської ОТГ – унікальна вузькоколійна залізниця; Витвицької ОТГ – патріотичний та екотуризм; Болехівщина – скелі Довбуша та екотуризм.

Передумовами розвитку кластера є вигідна транспортно-логістична система та забезпечення доступу до будь-якої громади, проте значна кількість автодоріг регіону потребують негайного ремонту.

З огляду на це, учасники круглого столу вирішили:

1. Визначити за найбільш доцільний та потенційно ефективний формат співпраці – Асоціацію органів місцевого самоврядування та вжити передбачених законом для її створення протягом 2 місяців.

2. Звернутись до Івано-Франківської, Львівської, Закарпатської ОДА, Народних депутатів України від цих областей та центральних органів державної виконавчої влади щодо сприяння у фінансуванні протягом наступних 3-4 років будівництва, ремонту та відновлення ключових елементів транспортної інфраструктури субрегіону.

3. Звернутись до національних та регіональних проектів міжнародної технічної допомоги та експертів з пропозицією підтримки становлення регіонального кластера в частині проведення детального аналізу туристичних можливостей і розробки спільної стратегії та плану її реалізації.

4. Напрацювати «Дорожню карту» діяльності Асоціації органів місцевого самоврядування на найближчі 3 роки з урахуванням планів сталого розвитку громад.

Тобто, створення субрегіонального туристично-рекреаційного кластера активізує наявні та забезпечить розвиток нових конкурентних переваг в окресленому рекреаційному районі через реалізацію таких пріоритетних завдань: організація підготовки та перепідготовки кадрів з організації та ведення туристичного, готельного, ресторанного бізнесу тощо; створення позитивного іміджу туристичного регіону; організація рекламної кампанії в засобах масової інформації; моніторинг об'єктів туристичної інфраструктури та оформлення ресурсно-рекреаційного паспорту кластера; покращення стану об'єктів туристичної інфраструктури; вжиття заходів щодо реконструкції та збереження пам'яток культури; створення інформаційної бази з визначенням можливих туристичних маршрутів, місць відпочинку, транспортної системи тощо шляхом формування Інтернет-сторінки, інформаційних туристичних офісів, бюро тощо.

Список використаних джерел:

1. Петлін І.В. Формування транскордонних туристичних кластерів як запорука ефективного функціонування суб'єктів сільського зеленого туризму/ І.В. Петлін // Актуальні проблеми розвитку економіки регіону: науковий збірник / за ред. І.Г. Ткачук. – Івано-Франківськ. – Вид-во Прикарпатського національного університету імені Василя Стефаника, 2013. – Вип. 11. – С. 254-261.