

**МІЖНАРОДНА НАУКОВО-ПРАКТИЧНА
ІНТЕРНЕТ-КОНФЕРЕНЦІЯ**

**«ТЕНДЕНЦІЇ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ
НАУКИ І ОСВІТИ
В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ»**



ВИПУСК 89

27 грудня 2022 р.

м. Переяслав

УНІВЕРСИТЕТ ГРИГОРІЯ СКОВОРОДИ
В ПЕРЕЯСЛАВІ

Рада молодих учених університету

Матеріали
Міжнародної науково-практичної інтернет-конференції
**«ТЕНДЕНЦІЇ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ
НАУКИ І ОСВІТИ В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ»**

27 грудня 2022 року

Вип. 89

Збірник наукових праць

Переяслав – 2022

УДК 001+37(100)

ББК 72.4+74(0)

Т 33

Матеріали Міжнародної науково-практичної інтернет-конференції «Тенденції та перспективи розвитку науки і освіти в умовах глобалізації»: Зб. наук. праць. Переяслав, 2022. Вип. 89. 274 с.

ГОЛОВНИЙ РЕДАКТОР:

Коцур В. П. – доктор історичних наук, професор, академік НАПН України

РЕДАКЦІЙНА КОЛЕГІЯ:

Воловик Л. М. – кандидат географічних наук, доцент

Гузун А. В. – кандидат біологічних наук, доцент

Євтушенко Н. М. – кандидат економічних наук, доцент

Кикоть С. М. – кандидат історичних наук (відповідальний секретар)

Носаченко В. М. – кандидат педагогічних наук

Руденко О. В. – кандидат психологічних наук, доцент

Садиков А. А. – кандидат фізико-математичних наук, доцент (Казахстан)

Скляренко О. Б. – кандидат філологічних наук, доцент

Халматова Ш. С. – кандидат медичних наук, доцент (Узбекистан)

Юхименко Н. Ф. – кандидат філософських наук, доцент

Збірник матеріалів конференції вміщує результати наукових досліджень наукових співробітників, викладачів вищих навчальних закладів, докторантів, аспірантів, студентів з актуальних проблем гуманітарних, природничих і технічних наук

Відповідальність за грамотність, автентичність цитат, достовірність фактів і посилань несуть автори публікацій

©Університет Григорія Сковороди
в Переяславі

©Рада молодих учених університету

ДЖЕРЕЛА ТА ЛІТЕРАТУРА

1. Новікова І. «Зелена» логістика: як прискорити шлях до кліматичної нейтральності. *Mind.ua*. URL: <https://mind.ua/openmind/20234812-zelena-logistika-yak-priskoriti-shlyah-do-klimatichnoyi-nejtralnosti> (дата звернення: 27.12.2022).
2. UN Global Compact. URL: <https://unglobalcompact.org/sdgs> (дата звернення: 27.12.2022).
3. Познякова О. В., Кондратов В. А. Зелена логістика. *Тридцять другі економіко-правові дискусії. Економічний напрямок. Секція 9. Економіка і транспорт*. URL: <http://www.spilnota.net.ua/ru/article/id-2666/> (дата звернення: 27.12.2022).
4. Бойченко М.В. Зелена логістика вантажоперевезень: проблеми, шляхи вирішення. *Вісник економічної науки України*, 2021, № 2 (41), С. 152-155. URL: <http://dspace.nbuiv.gov.ua/handle/123456789/183650> (дата звернення: 27.12.2022).
5. Скупейко В. В., Завальницька Н. Б., Струк Н. Р. «Зелена» логістика: понятійний апарат. *Науковий вісник Полтавського університету економіки і торгівлі. Серія «Економічні науки»*, 2022 (1 (105)), 169-174. URL: <https://doi.org/10.37734/2409-6873-2022-1-21> (дата звернення: 27.12.2022).
6. Meshko N., Nikolaienko A. Analysis of the Impact of Business Greening, which Based on Circular Economy Principles, on Sustainable Tourism Development in European Countries. *European Journal of Management Issues*, 2021, 29(3), 162-170. URL: <https://doi.org/10.15421/192116> (дата звернення: 27.12.2022).
7. Pro Natura. URL: <https://www.pronatura.ch/en/our-goals> (дата звернення: 27.12.2022).
8. Зелени Балкани. URL: <https://greenbalkans.org/> (дата звернення: 27.12.2022).
9. Баб'єгурський національний парк. URL: <http://www.bgpn.pl/> (дата звернення: 27.12.2022).

УДК 338.48

*Наталія Флінта, Анастасія Мокра
(Тернопіль, Україна)*

**ПРІОРИТЕТНІ НАПРЯМКИ РОЗВИТКУ КРЕАТИВНОГО МАРКЕТИНГУ
ГОТЕЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВ УКРАЇНИ**

У статті окреслено три окремі групи викликів готельних господарств, а саме: серединні; стратегічні, навколишні. Проаналізовано пріоритетні шляхи піднесення українських готельних підприємств. Визначено найперспективніші напрямки креативного маркетингу закладів розміщення України.

Ключові слова: *готельний бізнес, заклади розміщення, креативний маркетинг, перспективи, інноваційні технології.*

The article outlines three separate groups of challenges for hotel businesses, namely: middle ones; strategic, surrounding. The priority ways of promotion of Ukrainian hotel enterprises have been analyzed. The most promising directions of creative marketing of accommodation establishments of Ukraine have been determined.

Key words: *hotel business, accommodation facilities, creative marketing, prospects, innovative technologies.*

Пріоритетним шляхом піднесення української економіки є відповідне функціонування готельного господарства. На міжнародній арені підприємства готельного типу розвиваються динамічно та стабільно. Що ж до України, то є ряд причин, що стримують потоки туристів та розбудову закладів розміщення: військовий стан, бойові дії, економічна нестабільність, наслідки пандемії коронавірусу та ін. Тому, варто впроваджувати перспективні і тактичні напрямки розвитку індустрії гостинності, загалом, і готельних закладів, зокрема.

Кожен з готелів намагається бути оригінальним із власними особливостями, але в усіх них, як бізнес-структур є спільна мета – отримання прибутків від своєї діяльності. На здійснення цієї мети спрямовані маркетингові стратегії, які використовують підприємства готельного бізнесу, особливо доцільним є вивчення досвіду готелів, що мають високий рівень конкурентоспроможності та підтримують статус п'яти зіркових. [3, с. 135].

Ключові перспективні напрямки піднесення національного готельного бізнесу мають спрямовувати діяльність на уникнення проблем і ризиків зовнішнього і середнього середовища. Виділяють три окремі групи викликів готельних господарств:

- серединні, що включають оперативні, матеріальні, маркетингові та комерційні ризики;
- стратегічні, до яких відносяться безрезультативні тактичні заходи, незбалансованість поставленої мети і завдань;
- навколишні, що містять супротивні, політичні, суспільні, природні, інформативні та життєдіяльні ризики.

Згідно з цими групами виокремлюють перспективні напрями подолання проблем, які дадуть змогу досягнути розширення географії національного готельного господарства і уникнути дисбалансу розвитку.

У зв'язку з ситуацією, що виникла на сучасному ринку українських готельних послуг, вагомим напрямом розвитку є застосування новітніх методик як у промисловій діяльності, так і в економічній та управлінській. До них належать: створення відповідної політики управління закладом, побудова футуристичної колективної культури, формування закритих просторів – розумних містечок.

Вагомим є позиція робочого сегменту і ступінь виконання запитів споживачів: закордонних та національних громадян, користувачів диференційованих транспортних засобів, працівників ділової сфери, політичних службовців у робочих поїздках, містян різного віку та професій (рис. 1).

Перелік диференційованих аспектів призводить до об'єднання відповідних знань із обслуговування відвідувачів готельних закладів з ціллю покращення результативності бізнес-діяльності. Простежується нарощення супротивних методик серед закладів розміщення через велику кількість пропозицій у сегменті; спад матеріальних надходжень; зростання привабливості низьковартісних готелів для капіталовкладень підприємців.

До перспективних напрямків креативного маркетингу закладів розміщення України можна віднести:



Рис. 1. Пріоритетні шляхи піднесення українських готельних підприємств

1. Інтелектуальні програми керування процесом надання послуг. Вони мають на увазі покращення безпечності та результативності процесу, зручності для гостей. Наприклад, впровадження відеоспостереження, доступ до даних про події конкретного дня, які можна переглянути на сенсорних моніторах гаджетів, повідомлення відвідувачів про зміни. Такі дані дають змогу економити особистий час та збалансовано ним користуватися.

2. Мудрий спосіб освітлення. Найперспективнішими тут є датчики руху, які освітлюють простір тоді, коли фіксують наявність особи в кімнаті. Також важливими є спеціальні LED-лампи, які заощаджують електричну енергію, в порівнянні зі звичними засобами освітлення. Привабливим є розміщення таких ламп вздовж сходових прольотів.

3. Заохочення відвідувачів, у межах закладу розміщення, до керування підприємством крізь віртуальну реальність.

4. Смарт-будинки. Ця методика демонструє застосування комплексу інноваційних інструментів у кімнатах для найбільш зручного розміщення гостей. Виокремлюють декілька ключових напрямів уведення методик смарт-кімнати: безпека (сенсорні вимірники, відеонагляд, цифрові замки, звукові сповіщення), керування люмінесценцією (кмітливі вимикачі, маніпулятори керування фіранками і занавісками, інспектори світлодіодних інструментів, вимірники руху і наявності), клімат-контроль (вимірники зволоження і температури, контроль за комфортністю екосистеми номеру, його опалення та вологості) [1, с. 121].

5. Уведення надшвидкої Інтернет-мережі. На сучасному етапі, переважна більшість міст Європи володіють вільним доступом до мережі Wi-Fi. Національний ринок також запроваджує таку перспективу і надає загальнодоступний Інтернет у транспортних засобах міст, центральних вулицях, найпопулярніших місцевостях.

6. Кмітливі засоби переміщення всередині і зовні готельних комплексів. Керування пересуванням відвідувачів, передача даних про недотримання правил суб'єктам охорони.

7. Повідомлення про надзвичайні ситуації. Особиста система надсилає прості повідомлення на гаджети клієнтів, які перебувають у небезпечних зонах. Така система функціонує в багатьох країнах і дає змогу уникнути великої кількості постраждалих.

8. Кнопки термінової реакції. Вони дають можливість суб'єктам охорони оперативніше діяти у надзвичайних ситуаціях.

9. Застосування альтернативних джерел енергії. Вони є обов'язковими складовими смарт-міст. Сонячні батареї розміщують на покрівлях будинків. Це дає змогу покривати незалежне постачання електроенергії до самостійних приміщень.

10. Безготівкові платежі. У сучасному світі інноваційних технологій популярним є використання не просто пластикових карток при платежах, але і мобільних гаджетів. Запроваджуються характерні пристрої для зчитування оплат із мобільних телефонів користувачів [5].

Отже, методи піднесення готельного бізнесу мають створюватися у взаємозв'язку із новітніми напрямками розвитку. Для цього формуються пріоритетні підходи, які мінімізують ризикові ситуації, пов'язані з протилежними бажаннями відвідувачів. Так використовується маркетингова та реалізаційна тактики. Ключові позиції займає колективна культура. Вагомою є стратегія майбутнього, що реалізується завдяки побудові смарт-містечок у ядрі закладу розміщення. У такий спосіб зменшується взаємодія клієнта із зовнішнім середовищем та проявляються позитивні асоціації з рівнем послуг [5].

ДЖЕРЕЛА ТА ЛІТЕРАТУРА

1. Земліна Ю., Ліфіренко О. Тенденції розвитку готельного бізнесу в Україні. *Ресторанний і готельний консалтинг. Інновації*. 2019. Т. 2. № 1. С. 121.

2. Ільїн А. Україна гостинна: як розвивається готельний ринок. URL: <https://hromadske.ua/posts/iak-rozvyvaietsia-hotelnyi-rynok> (дата звернення: 21.11.2022).

3. Михайлюк О., Хумаров О. Пріоритети маркетингових стратегій розвитку п'ятизіркових готелів України. *Економічні інновації*. 2021. 23 (1(78)). С. 135-151. URL:

<https://www.ei-journal.com/index.php/> (дата звернення: 20.12.2022).

4. Полінкевич О. Стратегії розвитку готельно-ресторанного бізнесу в Україні. *Економічний часопис Східноєвропейського національного університету імені Лесі Українки*. РОЗДІЛ II. Економіка й управління національним господарством. 4, 2020. URL: <https://file:///C:/Users/DELL/Downloads/kulmiros>, (дата звернення: 21.12.2022).

5. Скиба Т. В. Особливості розвитку креативного маркетингу в сучасних умовах. *Вісник Київського інституту бізнесу та технологій*. 2019. № 3 (42). С. 76-80.

ЗМІСТ / СОДЕРЖАНИЕ

ЕКОЛОГІЯ / ЭКОЛОГИЯ

<i>Єлизавета Грицай, Валерія Клеєвська, Вікторія Кручина</i> НАСЛІДКИ РАДІАЦІЙНИХ АВАРІЙ	5
<i>Наиля Нурбаева</i> АЛМАТЫ ҚАЛАСЫНЫҢ ЭКОЛОГИЯЛЫҚ ЖАҒДАЙЫН БАҒАЛАУ МОНИТОРИНГІ	7
ТУРИЗМ І РЕКРЕАЦІЯ / ТУРИЗМ И РЕКРЕАЦИЯ	
<i>Анжела Атамась</i> СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ МІЖНАРОДНОГО ТУРИЗМУ	11
<i>Ольга Любчук, Леонід Ліпинський</i> ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ МІЖНАРОДНОГО АВТОМОБІЛЬНОГО ТУРИЗМУ	14
<i>Ірина Приварникова, Тетяна Пурас</i> ЕКОЛОГІЧНІ ЗОНИ ЄВРОПИ ЯК ВАЖЛИВИЙ ЕТАП РОЗВИТКУ «ЗЕЛЕНОЇ» ТРАНСПОРТНОЇ ЛОГІСТИКИ УРБАНІЗОВАНИХ ТУРИСТИЧНИХ ПОДОРОЖЕЙ	18
<i>Наталія Флінта, Анастасія Мокра</i> ПРІОРИТЕТНІ НАПРЯМКИ РОЗВИТКУ КРЕАТИВНОГО МАРКЕТИНГУ ГОТЕЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВ УКРАЇНИ	21
ЕКОНОМІКА / ЭКОНОМИКА	
<i>Ігор Бараненко, Тетяна Решетілова</i> ПРОБЛЕМИ ТА ІНСТРУМЕНТИ ПІДТРИМКИ РОЗВИТКУ МАЛОГО І СЕРЕДНЬОГО БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ	25
<i>Олександра Войцицька</i> ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ ІННОВАЦІЙНОГО ПРОЄКТУ В СУЧАСНИХ УМОВАХ	29
<i>Valeria Ganea</i> ASPECTE CONTABILE ŞI FISCALE ALE COSTURILOR DE DESERVIRE TEHNICĂ ŞI REPARAŢIE A MIJLOACELOR DE TRANSPORT AUTO	32
<i>Yusufbek Karimov</i> FOREIGN EXPERIENCE OF STATE FINANCIAL SUPPORT AND REGULATION OF AGRICULTURE	37
<i>Петр Рошка, Леонид Рошка</i> РЕГІОНАЛЬНОЕ ЭКОНОМИЧЕСКОЕ КООПЕРИРОВАНИЕ В РЕСПУБЛИКЕ МОЛДОВА	39
<i>Надія Степанова</i> МЕХАНІЗМ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ЛОГІСТИЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА	44
<i>Anatolie Iachimovschi, Rodica Cuşmaunsă</i> PERFECŢIONAREA AUDITULUI DIN REPUBLICA MOLDOVA ÎN CONDIŢIILE NOILOR CERINŢE DE CALITATE	49
МЕНЕДЖМЕНТ І МАРКЕТИНГ / МЕНЕЖМЕНТ И МАРКЕТИНГ	
<i>Світлана Герчанівська</i> ЯКІСТЬ ПОСЛУГ ЯК СКЛАДОВА МАРКЕТИНГОВОЇ ПОЛІТИКИ ПІДПРИЄМСТВ ТУРИСТИЧНОЇ ІНДУСТРІЇ	54
ІСТОРИЧНІ НАУКИ / ИСТОРИЧЕСКИЕ НАУКИ	
<i>Соломія Якимович</i> «СПРАВА ЛЬВІВСЬКОГО ПАЛАЦУ ПОНЕРІВ» ЯК ДЗЕРКАЛО КОМУНІСТИЧНОГО СПРИЙНЯТТЯ ДЕМОКРАТИЧНИХ ПРОЯВІВ СЕРЕД ОСВІТЯН МІСТА У ПЕРЕДДЕНЬ «ПЕРЕБУДОВИ»	57