

**Міністерство освіти і науки України**  
**Харківський державний університет харчування та торгівлі**  
**Департамент освіти і науки**  
**Харківської обласної державної адміністрації**  
**Асоціація українських експертів**  
**Вільнюський університет (м. Вільнюс, Литва)**  
**Вітебський державний університет ім. П.М. Машерова**  
**(м. Вітебськ, Республіка Білорусь)**  
**Житомирський національний технологічний університет**  
**Львівський торговельно-економічний університет**  
**Національна академія статистики, обліку та аудиту**  
**Харківський національний економічний університет**  
**імені Семена Кузнеця**  
**Полоцький державний університет**  
**(м. Новополюцьк, Республіка Білорусь)**  
**Сопотська вища школа (м. Сопот, Польща)**



**АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ**  
**РОЗВИТКУ УКРАЇНИ**  
**В ГАЛУЗІ УПРАВЛІННЯ ТА АДМІНІСТРУВАННЯ:**  
**ІНІЦІАТИВИ МОЛОДІ**

**Матеріали Міжнародної науково-практичної**  
**інтернет-конференції здобувачів вищої освіти**  
**і молодих учених**

17 травня 2018 р.

Харків  
ХДУХТ  
2018

УДК 658.310.8(075.8)  
ББК 65.291.28

### **Організаційний комітет:**

**Голова комітету:** *О.І. Черевко*, д-р техн. наук, проф.

**Заст. голови:** *Л.М. Янчева*, канд. екон. наук, проф.; *В.М. Михайлов*, д-р техн. наук, проф.;  
*А.Л. Фоцан*, канд. техн. наук, доц.; *Н.І. Єсінова*, канд. техн. наук, проф.

**Члени оргкомітету:** *Т.В. Андросова*, канд. екон. наук, проф.; *Т.М. Афоніна*, кер. відділу орг.-інформ. роботи; *В.В. Богатирьова*, д-р екон. наук, проф.; *С.Г. Вегера*, д-р екон. наук, проф.; *А.П. Гринько*, д-р екон. наук, проф.; *О.М. Жданович*, нач. видавництва; *О.А. Зоріна*, д-р екон. наук, проф.; *Л.Г. Карпова*, дир. Деп. науки і освіти ХОДА; *К.Р. Касабова*, гол. ради молодих вчених ХДУХТ, канд. техн. наук; *Н.Б. Кащєна*, канд. екон. наук, проф.; *А.С. Крутова*, д-р екон. наук, проф.; *О.К. Кухарьонюк*, нач. НН ЦНІТ ХДУХТ, доц.; *Т. Мартинюк*, д-р наук, проф.; *А. Мачеринське*, д-р наук, проф.; *Т.В. Мединська*, канд. екон. наук, доц.; *О.В. Олійник*, д-р екон. наук, проф.; *А.А. Пилипенко*, д-р екон. наук, проф.; *Л.І. Рубаненко*, през. АУЕ; *А.А. Семенов*, гол. наук. товариства здоб. вищ. освіти; *Т.О. Ставерська*, канд. екон. наук, доц.; *Р. Субачісне*, д-р наук, проф.; *О.В. Чумак*, канд. екон. наук, доц.; *А.В. Янчев*, д-р екон. наук, проф.

*Конференцію включено до переліку наукових конференцій з проблем вищої освіти і науки у 2018 році згідно листа Міністерства освіти і науки України від 03.10.2017 р. № 1/9-536.*

*Рекомендовано до видання вченою радою Харківського державного університету харчування та торгівлі, протокол № 6 від 28.12.2017 р.*

- А 43** **Актуальні проблеми та перспективи розвитку України в галузі управління та адміністрування: ініціативи молоді** [Електронний ресурс] : матеріали Міжнар. наук.-практ. інтернет-конф., 17 травня 2018 р. / редкол. : О. І. Черевко [та ін.]; Харківський держ. ун-т харч. та торг. – Електрон. дані. – Х. : ХДУХТ, 2018. – 1 електрон. опт. диск (CD-ROM); 12 см. – Назва з тит. екрана: <http://www.hduht.edu.ua/index.php/uk/nauka/conf/1635-conf-17-5-18>

Збірник містить матеріали доповідей учасників Міжнародної науково-практичної інтернет-конференції здобувачів вищої освіти і молодих науковців «Актуальні проблеми та перспективи розвитку України в галузі управління та адміністрування: ініціативи молоді» (17 травня 2018 року, ХДУХТ, м. Харків), у яких розглядаються проблеми методології та практики обліку, аудиту, оподаткування, маркетингу та менеджменту підприємницької діяльності, перспективи застосування сучасних інформаційних систем управління підприємствами і напрямки удосконалення фінансових механізмів збалансованого розвитку України в умовах глобалізаційних викликів інформаційної економіки.

Матеріали друкуються в авторській редакції мовою оригіналу. Відповідальність за зміст матеріалів несуть автори.

УДК 658.310.8(075.8)  
ББК 65.291.28

## ФОРМУВАННЯ МАРКЕТИНГОВОЇ СТРАТЕГІЇ ДЛЯ НОВОГО ТУРИСТИЧНОГО ОБ'ЄКТУ

Струц Є.М., студ.

Науковий керівник – ст. викл. М.Г. Брайко

*Одеська національна академія харчових технологій*

Проблема сільських територій одна з найважливіших в Україні на сьогодні. Найбільше в селі відчуваються проблеми безробіття, відсутність поняття благоустрою і розвитку території шляхом залучення інвестицій або грантових коштів. Значна кількість таких населених пунктів розташована поблизу привабливих природних об'єктів і має значний туристичний потенціал, однак, ці сільські громади часто не в змозі ефективно використовувати такі можливості для залучення додаткових коштів, та їх подальшого використання щодо розвитку села, поліпшення умов побуту і дозвілля його мешканців.

Селище Актowo розташоване на березі річки Мертвовод в 20 км на північний схід від міста Вознесенськ. Відомо завдяки ландшафтному заповіднику «Актovський каньйон» (ізолювана ділянка Національного природного парку «Бузький Гард»), в центрі якого і знаходиться селище Актowo.

Розглянемо основні складові маркетингової програми щодо розвитку Актovського каньйону як туристичного об'єкту, результатом якої стане розвиток найближчих населених пунктів.

Соціальна мета програми – сприяння розвитку селища Актowe. Завдання для досягнення мети:

- популяризація Актovського каньйону як туристичного об'єкту;
- забезпечення населення села додатковим доходом;
- розробка велотуру по найцікавіших місцях;
- розробка еко-турів для туристів;
- проведення Фестивалю «Гранд Каньйон».

Базова стратегія розвитку: стратегія товарної диференціації - забезпечення умов для проведення активного відпочинку.

Конкурентна стратегія: фокусування на розвитку екотуризму.

Маркетингова стратегія зростання: стратегія розробки товару - організація турів та проведення літнього фестивалю «Гранд Каньйон».

Основні стейкхолдери проекту: місцеві мешканці (зацікавлені у розвитку інфраструктури, збільшенні доходів, створенні нових робочих місць), туристичні агенції, що пропонують тури по Україні, та, безпосередньо – мандрівники (серед яких доцільно виокремити фотографів, художників, студентів та просто любителів природи тощо).

За результатами складених карт емпатії для фотографів, любителів йоги та велоспорту, нами було розроблено канву ціннісної пропозиції (VPD) для даних груп споживачів та мотиви позиціонування.

Мотиви позиціонування (1 раціональний + 2 емоційних / соціальних): «здоров'я» + «відкриття (інновації)» і «стиль життя».

Здоров'я (відпочинок) в «Гранд Каньйоні» - це можливість зняти стрес, отримати нові враження, позитивні емоції і натхнення від дикої природи.

Відкриття і стиль життя (подорожі) - це відкриття світу для себе. Найприємніший спосіб розвиватися, пізнавати нове і пізнавати в поїздках себе, знайомитися з новими людьми. Подорожі роблять життя більш насиченою та повним пригод, вбиваючи буденність і проблеми, які її супроводжують.

Позиціонування: фестиваль «Гранд Каньйон» - це насолода відпочинком на природі в мальовничому куточку Миколаївській області.

Драйвер для споживача (раціональний фактор для покупки) - активний відпочинок за короткий час в екологічно чистому місці.

Програма фестивалю буде складатися з: ярмарок, велотурів, екскурсій найгарнішими місцями, нічні сеанси кіно, медитація, еко-фудкорт тощо.

Цінова стратегія: стратегія глибокого проникнення на ринок - ціни на путівки в «Гранд Каньйон» будуть коштувати від 800 до 1200 грн за два дні.

Стратегія розподілу: прямий маркетинг, використання каналу нульового рівня - продаж путівок через власний сайт, використання каналу першого рівня - продаж путівок через туристичні агентства, що спеціалізуються на внутрішньому туризмі.

Стратегія просування: персональний продаж, івент-маркетинг, Інтернет-маркетинг, відео-блогинг. Мета – інформування споживачів про створення «Гранд Каньйон», асортимент пропонованих послуг, акції. Для цього доцільно застосовувати різні типи публікацій: репутаційні (які пояснюють філософію проекту як соціального), продавальні (переконання в унікальності тощо), розважальні (фотографії видів каньйону, статті про історію та легенди Актово з вуст місцевих жителів), новинні (опис етапів підготовки, знайомство з партнерами і учасниками фестивалю).

<b>Зоріна О.І., Фадєєнко В.Ю.</b> Роль маркетингу в ефективному функціонуванні банківської установи в сучасних умовах розвитку	310
<b>Колесник А.А. (Керівн. Сагер Л.Ю.)</b> Показники оцінювання конкурентоспроможності товару	313
<b>Кулік О.С. (Керівн. Голубьонкова О.О.)</b> Основні аспекти комунікаційної політики закладу вищої освіти	315
<b>Кулініч О.А., Мельник К.І.</b> Інноваційні технології в управлінні персоналом	317
<b>Лазаренко В. (Керівн. Опанасюк Ю.А.)</b> Підвищення конкурентоспроможності промислового підприємства	320
<b>Лучанінова А.О. (Керівн. Артьомова А.В.)</b> Аналіз конкурентів ринку збуту напоїв на прикладі ПАТ КЗБН «Росинка»	323
<b>Маліновська О.Я.</b> Удосконалення теоретичних та організаційно-правових засад управління персоналом в галузі підприємництва	326
<b>Мелушова І.Ю.</b> Використання показників результативності маркетингу в системі управління підприємством	329
<b>Ніценко В.С., Михайлова М.В.</b> Маркетингове планування в промислових підприємствах	332
<b>Носач Н.М. (Керівн. Кашена Н.Б.)</b> Інновації як засіб стимулювання зростання обсягів реалізації товарів	335
<b>Полевич К.В. (Керівн. Савицька Н.Л.)</b> Сучасний маркетинг: тренди та інструменти	338
<b>Проняєва А. П. (Керівн. Афанасьєва О.П.)</b> Впровадження на ринок нової снекової продукції	341
<b>Струц Є.М. (Керівн. Брайко М.Г.)</b> Формування маркетингової стратегії для нового туристичного об'єкту	344