

4. *Моргулець О. Б.* Менеджмент у сфері послуг / О. Б. Моргулець. — Київ: Центр навчальної літератури, 2012. — 384 с.

5. *Остапенко Я. О.* Статистичний аналіз підприємств готельного господарства та прогнозування його розвитку / Я. О. Остапенко. — Миколаїв: Глобальні та національні проблеми економіки [Електронне видання], 2015. — 2 с.

6. Портал гостиничного и ресторанного бизнеса [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://prohotelia.com.ua/>

7. Топ-10: лучшие бутик-отели со всего мира [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <https://www.elle.ru/elledecoration/practice/top-10-luchshie-butik-oteli-so-vsego-mira/>

Supervisor: Zhulkivska Alla Mykolaivna, Assistant Professor of the foreign languages department of the faculty of marketing, PHEE (Public Higher Education Establishment) «Vadym Hetman Kyiv National Economic University»

Ахтьорова В. О.,
студентка 3-го курсу, факультету маркетингу,
спеціалізації «Туризм», ДВНЗ «Київський національний
економічний університет імені Вадима Гетьмана»

СУЧАСНІ ТРЕНДИ ТА ТЕНДЕНЦІЇ В ОРГАНІЗАЦІЇ ТУРИСТИЧНИХ ПОДОРОЖЕЙ

Отримані відгуки та результати опитувань споживачів туристичних послуг у 2017 році, які містяться в офіційних статистичних даних Всесвітньої туристичної організації (UNWTO), дозволяють спрогнозувати основні тренди та тенденції організації туристичних подорожей та відпочинку у найближчому майбутньому.

За їх результатами стає можливим припустити, що комп'ютерні технології, які активно впроваджуються у туристичний бізнес протягом останніх років, найближчим часом посилять свій вплив на планування та характер відпочинку туристів. Зокрема, У 2018 році матимуть продовження та посиляться наступні тренди та тенденції:

- «ефект присутності» вийде на новий рівень, завдяки чому обрати місце відпочинку стане ще простіше. Штучний інтелект і

© Матеріали Міжнародної науково-практичної Інтернет-конференції «Туристичний бізнес: сучасні тренди та стратегії розвитку», КНЕУ, 16 березня 2018 р.

цифрові технології впливатимуть на те, як користувачі готуються до подорожі, якою вона буде;

- третина туристів зізнаються, що їм зручно, коли комп'ютер планує майбутню подорож за них, ґрунтуючись на «історії подорожей», майже для половини не має значення, з ким безпосередньо спілкуватися — зі справжньою людиною чи з комп'ютером — головне, щоб він відповідав на їх питання;

- більше половини споживачів туристичних послуг нададуть перевагу віртуальному туру об'єктом розміщення перед бронюванням;

- значна кількість туристів вважають, що пропозиції щодо організації подорожі, підібрані виключно для них, мотивуватимуть зробити бронювання;

- у 2018 році технології ще більше полегшать вибір місця відпочинку, що позитивно позначиться на враженнях гостей від поїздки. Телевізійні програми, фільми, спортивні заходи та особливо соціальні мережі все більше впливатимуть на вибір об'єктів туризму.

Майже половина опитуваних туристів має перелік місць, які вони бажають відвідати протягом життя, і значна кількість з них бажає відвідати хоча б одну з запланованих destinations у 2018 році.

Кожен другий з опитуваних туристів планує побачити одне з чудес світу, третина зізнається у бажанні спробувати делікатеси місцевої кухні, а інші 34 % — зайнятися пляжним туризмом. Також, в 2018 році мандрівники планують побувати на унікальному культурному заході, навчитися чомусь новому, відкрити для себе нові напрями відпочинку.

Блоги та ролики на YouTube надихне ідеями для поїздок 39 % мандрівників, а побачене по телебаченню, в кіно або музичному кліпі вплине на 36 % респондентів.

Інтерес до оздоровчого туризму посилиться — в оздоровчі подорожі збирається майже вдвічі більше опитаних, ніж в поточному році. Особливою популярністю буде користуватися піший туризм, їм збирається зайнятися більше половини опитаних.

Серед інших видів відпочинку, які будуть цікавими мандрівникам можна виокремити наступні: спа-відпочинок, велосипедні прогулянки, водний спорт, детокс-тури, йога-тури, біг і медита-

© **Матеріали Міжнародної науково-практичної Інтернет-конференції «Туристичний бізнес: сучасні тренди та стратегії розвитку», КНЕУ, 16 березня 2018 р.**

ція. Популярність таких подорожей пояснюється перевагою прагнень до нових емоцій і відчуттів, над матеріальними речами.

Також, варто відзначити, що особливо популярним стає аспект «екологізації» туризму. Значна кількість туристів починає піклуватись про навколишнє середовище. Подорожуючі стають більш свідомими, тому цілісності природного середовища приділятиметься більше уваги.

З кожним роком зростає досвідченість туристів в питаннях співвідношення ціни та якості подорожі. Під час бронювання квитків та проживання перевага більшості людей надається вартості послуг. У 2018 році зазначена тенденція збережеться.

Майже половина опитаних враховуватимуть курс обміну валют при плануванні подорожей та майже стільки ж респондентів братимуть до уваги економічну ситуацію в країні, яка є метою подорожі.

Третина мандрівників планує робити більше покупок в магазинах «Duty free», а кожен четвертий метою подорожі вбачає виключно шопінг.

Кількість респондентів, які збираються відправитись у подорож з друзями збільшилась майже вдвічі. За словами опитуваних, подорож з друзями краще допомагає відволіктись від турбот. З десяти опитуваних кожен четвертий відзначав, що, подорожуючи з друзями, може дозволити собі зупинитися в більш дорогих об'єктах розміщення, через зниження їх вартості на одну особу.

Підсумовуючи, слід зупинитись на основних трендах в організації та плануванні туристичних подорожей й відпочинку:

- полегшення процесу планування та реалізації туристичного продукту за допомогою комп'ютерних технологій;
- зацікавленість туристів у нових напрямках відпочинку;
- висока ефективність реклами, здійснюваної за допомогою медійних засобів — особливу увагу варто приділити зростанню зацікавленості споживачів до реклами у соціальних мережах;
- популяризація оздоровчого та екологічного туризму;
- економічна досвідченість споживачів;
- ріст популярності групових подорожей.

Окреслені тенденції, на наш погляд, матимуть істотний вплив на розвиток різноманітних сегментів туристичного бізнесу.

© **Матеріали Міжнародної науково-практичної Інтернет-конференції «Туристичний бізнес: сучасні тренди та стратегії розвитку», КНЕУ, 16 березня 2018 р.**

Список літературних джерел

1. Tourlib [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://tourlib.net/>
2. Tourism interfacts [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://tourism.interfax.ru>
3. Офіційний сайт ЮНВТО [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://www2.unwto.org/>

Баша І. М., к.е.н.,
доцент кафедри маркетингу
ДВНЗ «Київський національний економічний
університет імені Вадима Гетьмана»

ВПЛИВ МАРКЕТИНГОВИХ ДОСЛІДЖЕНЬ НА РОЗВИТОК РИНКУ ТУРИСТИЧНИХ ПОСЛУГ

Формування ринкової економіки обумовило пошук нових підходів до здійснення туристичної діяльності. Особливе місце серед них займає маркетинг, який забезпечує не тільки ефективне задоволення потреб ринку, але й успіх підприємства в конкурентній боротьбі.

Розробка комплексного підходу до розв'язання проблемних питань маркетингових досліджень у діяльності туристичних підприємств має велике теоретичне і практичне значення для визначення й обґрунтування шляхів найбільш ефективного розвитку туристичних послуг в Україні.

Об'єктивна необхідність подальшого поглиблення теоретичних, методичних і науково-прикладних основ маркетингових досліджень у туризмі в період становлення ринкових відносин і визначає актуальність теми цієї статті.

Успішне функціонування туристичного підприємства багато в чому залежить від точності і своєчасності результатів проведення маркетингових досліджень.

Маркетингові дослідження — це джерело якісної, достовірної і перевіреної інформації для прийняття ефективних управлінських рішень та уникнення ризиків (або їх мінімізації). Саме дослідження ринків дозволяють отримати той матеріал, який сприятиме найповнішому задоволенню потреб потенційних і наявних

© Матеріали Міжнародної науково-практичної Інтернет-конференції «Туристичний бізнес: сучасні тренди та стратегії розвитку», КНЕУ, 16 березня 2018 р.