

ISSN (Print): 2304–5809
ISSN (Online): 2313–2167

Науковий журнал
«МОЛОДИЙ ВЧЕНИЙ»

№ 5 (69) травень 2019 р.

Редакційна колегія журналу

Сільськогосподарські науки

Базалій В.В. – д-р с.-г. наук
Балашова Г.С. – д-р с.-г. наук
Клименко М.О. – д-р с.-г. наук
Коковіхін С.В. – д-р с.-г. наук
Лавриненко Ю.О. – д-р с.-г. наук
Писаренко П.В. – д-р с.-г. наук

Історичні науки

Змерзлий Б.В. – д-р іст. наук

Юридичні науки

Бернацька Н.І. – д-р юрид. наук
Стратонов В.М. – д-р юрид. наук

Політичні науки

Наумкіна С.М. – д-р політ. наук
Яковлев Д.В. – д-р політ. наук

Педагогічні науки

Козяр М.М. – д-р пед. наук
Рідей Н.М. – д-р пед. наук
Федяєва В.А. – д-р пед. наук
Шерман М.І. – д-р пед. наук
Шипота Г.Є. – канд. пед. наук

Філологічні науки

Шепель Ю.О. – д-р філол. наук

Філософські науки

Лебедева Н.А. – д-р філос. в галузі культурології

Технічні науки

Гриценко Д.С. – канд. техн. наук
Дідур В.А. – д-р техн. наук
Шайко-Шайковський О.Г. – д-р техн. наук

Економічні науки

Іртищева І.О. – д-р екон. наук
Козловський С.В. – д-р екон. наук
Шапошников К.С. – д-р екон. наук

Медичні науки

Нетюхайло А.Г. – д-р мед. наук
Пекліна Г.П. – д-р мед. наук

Ветеринарні науки

Морозенко Д.В. – д-р вет. наук

Мистецтвознавство

Романенкова Ю.В. – д-р мистецт.

Психологічні науки

Шаванов С.В. – канд. псих. наук

Соціологічні науки

Шапошникова І.В. – д-р соц. наук

Міжнародна наукова рада

Adam Wrobel – Doktor, Associate Professor (Poland)
Arkadiusz Adamczyk – Professor, Dr hab. in Humanities (Poland)
Giorgi Kvinikadze – PhD in Geography, Associate Professor (Georgia)
Inessa Sytnik – Professor, dr hab. in Economics (Poland)
Janusz Wielki – Professor, dr hab. in Economics, Engineer (Poland)
Javad Khamisabadi – Professor, PhD in Industrial management (Iran)
Michal Sojka – Doctor in Engineer (Poland)
Stanislaw Kunikowski – Associate Professor, Dr hab. (Poland)
Wioletta Wojciechowska – Doctor of Medical Sciences (Poland)
Вікторова Інна Анатоліївна – доктор медичних наук (Росія)
Глушченко Олеся Анатоліївна – доктор філологічних наук (Росія)
Дмитрієв Олександр Миколайович – кандидат історичних наук (Росія)
Марусенко Ірина Михайлівна – доктор медичних наук (Росія)
Швецова Вікторія Михайлівна – кандидат філологічних наук (Росія)
Яригіна Ірина Зотовна – доктор економічних наук (Росія)

Повний бібліографічний опис всіх статей журналу представлено у:
Національній бібліотеці України імені В.І. Вернадського,
Науковій електронній бібліотеці Elibrary.ru

Журнал включено до міжнародних каталогів наукових видань і наукометричних баз:
GoogleScholar, CiteFactor, Research Bible, Index Copernicus.

Свідоцтво про державну реєстрацію
друкованого засобу масової інформації – серія КВ № 18987-7777Р від 05.06.2012 р.,
видане Державною реєстраційною службою України.

ЗМІСТ**ФІЗИКО-МАТЕМАТИЧНІ
НАУКИ**

- Косинська О.А., Шевелєва К.Ю.**
Аналіз режимів охолодження розплаву
при литті у металеву виливницю.....1
- Янчевський І.В., Сарибого Г.В.,
Похилько Б.С., Скопюк М.І., Хижняк Є.Є.**
Аналіз основних типорозмірів та конструкцій
наземних роботизованих комплексів.....7

ТЕХНІЧНІ НАУКИ

- Міхал Бембенек**
Використання біомаси
у виробництві брикетів і пелетів.....11
- Половинка Э.М., Слободянюк Н.В.**
Динамические испытания
системы топливоподачи
судового среднеоборотного дизеля.....19
- Khodurska Mariana, Shevcheko Yuliia**
Connection between financial condition
of an airline and flight safety.....25

**СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКІ
НАУКИ**

- Паранюк В.О.**
Екологічна еволюція генотипу культурної рослини
перехідним випромінюванням в її клітині.....30

ВІЙСЬКОВІ НАУКИ

- Бородін С.В., Атаманенко І.О., Мартинов І.В.**
Професійна та психологічна підготовка бійця
як фактор успішності здійснення
влучного пострілу та виконання
службово-бойового завдання в цілому.....41

СОЦІАЛЬНІ КОМУНІКАЦІЇ

- Лаба О.В.**
Історіографія розвитку
електронного діловодства в Україні.....46
- Пророкова Р.Д.**
Структурно-змістові та лексичні особливості
побудови рекламних слоганів.....51
- Трегуб А.М.**
Специфіка громадянської
сервісно-експертної відеожурналістики.....55

СОЦІОЛОГІЧНІ НАУКИ

- Попов О.А.**
Нормативно-правові засади соціальної роботи
з місцевими громадами в Польщі.....58

ПСИХОЛОГІЧНІ НАУКИ

- Гаркавенко Н.В., Доскач С.С.**
Екзистенційно-психологічний
аналіз духовності.....62

Зімовіна Т.Є., Мороз Ю.О.

Чому хворіють діти:
які особливості взаємовідносин
у родині можуть сприяти виникненню
захворювань у дітей молодшого
шкільного віку.....66

Макаренко С.С., Партико Н.В.

Особистісні характеристики командирів
як чинник ефективного
військового управління.....71

Шастко І.М.

Науково-теоретичне вивчення проблеми
переживання амбівалентності особистості.....76

Яновська Т.А.

Особливості застосування методів
арт-терапії у роботі з підлітками
в період становлення самосвідомості.....79

МЕДИЧНІ НАУКИ**Шінкарук-Диковицька М.М.,
Ваховський В.В., Алексеєнко Н.С.,
Тепла Т.О.**

Порівняльна характеристика стану
гігієни ротової порожнини при лікуванні
зубощелепних аномалій незнімними
ортодонтичними конструкціями
з та без використання інтердентальних
ангулярних щіточок.....82

ІСТОРИЧНІ НАУКИ**Gubka Olga**

Educational and research unit of scientific
and design school of V.M. Kovtunencko.....85

Пасіцька О.І.

Підприємницька діяльність галицьких жінок
у першій третині ХХ ст.....89

МИСТЕЦТВОЗНАВСТВО**Поп'юк І.О.**

Вплив народних промислів
(ХХ ст. – поч. ХХІ ст.) на розвиток
сучасного художнього ковальства
на теренах Буковини та Гуцульщини.....94

Семіон В.В.

Народнопісенні витоки хорової поліфонії
Артемія Веделя.....101

ФІЛОЛОГІЧНІ НАУКИ**Агеєва В.О., Васіна І.В.**

Проблема лінгвокультурологічної
інтерференції у процесі міжкультурної
комунікації та перекладу.....106

Гавриленко В.М., Стасюк І.В.

Специфіка виникнення політкоректних
евфемізмів в англійськомовному середовищі.....110

Мозер М.Є.

Маркетинговий дискурс
в українському бізнесі:
мовлення – комунікація – мотивація.....116

Сіваєва О.С.

Морфологічні особливості
художнього перекладу (на прикладі роману
Е. Ремарка «Три товариші»).....119

Yakushko Kateryna, Petrenko Myroslava

The stages to involve the English
statements in order to discuss
the achievements of agrochemistry.....123

ПЕДАГОГІЧНІ НАУКИ**Заїка А.Ю.**

Сучасний стан готовності майбутніх
учителів-філологів до дослідницької діяльності
з учнями старшої школи в загальноосвітніх
навчальних закладах України.....126

Кардаш А.В.

Лінгвістичні основи формування
риторичних умінь старшокласників.....130

Кириченко Т.О.

Ефективність викладання іноземної мови
професійного спрямування при співпраці
викладачів іноземної мови
з викладачами економічних дисциплін.....134

Кривенко І.П., Криштопа А.О., Андрійчук М.Д.

Технологія формування у майбутніх лікарів
інформатичної компетентності у процесі
навчання медичної інформатики:
сучасний стан та перспективи.....138

Малежик Ю.М., Балах Д.І.

Використання можливостей кольору під час
практики з пленерного живопису у майбутніх
учителів образотворчого мистецтва.....143

Марков Д.Ф.

Умови розвитку художньо-творчого потенціалу
майбутнього вчителя трудового навчання.....147

Марков Д.Ф.

Графічний компонент як один із основних
елементів професійної підготовки
майбутнього вчителя технологій.....151

Новик І.М., Левонюк А.В.

Формування позитивної мотивації
до навчання у молодших школярів
засобами ігрових прийомів.....156

Рябокін А.О.

Римо-ірландська вчена традиція
в діяльності учнів і послідовників
Алкуїна Йоркського: Рабан Мавр.....160

Хищенко О.О.

Педагогічні аспекти підготовки
майбутнього вчителя трудового навчання
до проектно-технологічної діяльності.....164

Царук В.П.

Формування професійної компетентності
майбутнього вчителя фізичної культури
в умовах педагогічної практики.....170

Цюняк О.П.

Філософське осмислення поняття
«інноваційна діяльність».....175

Штохман Л.М.

Деякі аспекти викладання
ділової іноземної мови.....179

ЮРИДИЧНІ НАУКИ**Врещ Ю.О., Радченко О.А.**

Запобігання та протидії корупції в органах
Державної фіскальної служби України:
реалії та перспективи.....183

Грига В.В.

Штучний інтелект як потерпілий від злочину.....188

Занкевич Н.В.

Розхитаний захист прав людини
та основоположних свобод
в Європейському Союзі.....193

Іванов Ю.А.

Становлення нормативно-правового
забезпечення захисту критичної інфраструктури
у кредитно-банківській сфері.....198

Лаврович Д.С.

Оціночні поняття
в кримінальному праві України.....203

Полехіна М.А., Остапов А.Н.

Деякі проблеми правового регулювання
охорони водосховищ на території України
(на прикладі Печенізького водосховища).....207

Сердечна А.Ю.

Передумови затримання особи за підозрою
у вчиненні кримінального правопорушення.....210

Соха С.С., Павлов Р.В.

Стаття N Конституції
«Право на володіння зброєю».....215

ЕКОНОМІЧНІ НАУКИ**Дорош О.А., Сальникова Т.В.**

Бюджет держави як інструмент реалізації
соціально-економічних програм.....219

Іващенко А.В., Молоченко В.В.

Розробка процесів управління логістикою
у туристичній галузі.....223

Іващенко А.В., Молоченко В.В.

Політика вдосконалення рівня управління
іміджблдингом туристичного підприємства.....226

Іващенко А.В., Молоченко В.В., Волошина О.В.

Розвиток музейного потенціалу
туристичної діяльності.....230

Овчаренко Т.С., Казбекова К.Д.

Запровадження системи формування
та реалізації проектів на вітчизняних
підприємствах фармацевтичної галузі.....234

Тимкова В.А., Савіна С.С.

Вдосконалення маркетингових інструментів
для розробки концепції сталого розвитку
туристичних підприємств.....241

Тютюнникова С.В., Романіка Т.К.

Нестійка зайнятість молоді
в умовах панування цифрової економіки.....246

Ходова Я.О.

Комплексна система збутового логістичного
менеджменту на промисловому підприємстві.....251

Штуца В.М.

Роль держави у вирішенні економіко-
екологічних проблем в Україні.....255

CONTENTS**PHYSICAL AND
MATHEMATICAL SCIENCES**

- Kosynska Olha, Shevelieva Kateryna**
Analysis of cooling regimes
at casting in metal mold.....1
- Yanchevskii Igor, Saryboha Hanna,
Pokhilko Boris, Skopyuk Maxim,
Khizhnyak Evgeny**
Analysis of main standart sizes and structures
of ground-based robotic complexes..... 7

ENGINEERING SCIENCES

- Michal Bembenek**
Using biomass in the production
of briquettes and pellets.....11
- Polovinka Edward, Slobodianiuk Nikolay**
Dynamic tests of the fuel supply system
of a course-medium-reverse diesel..... 19
- Khodurska Mariana, Shevcheko Yuliia**
Connection between financial condition
of an airline and flight safety..... 25

AGRICULTURAL SCIENCES

- Paranyuk Volodymyr**
Environmental evolution of genotype of cultural
plants by transitional radiation in its cell.....30

MILITARY SCIENCES

- Borodin Sergey, Atamanenko Igor,
Martynov Igor**
Professional and psychological training
of the person as a factor of successful
lifestyle implementation and implementation
business-basic task in a total.....41

SOCIAL COMMUNICATIONS

- Laba Oksana**
The historiography of the development
of electronic records management in Ukraine....46
- Prorokova Ruslana**
Structural-content and lexic
characteristics of advertising slogans.....51
- Tregub Angelina**
The specificity of citizen
service-expert video journalism..... 55

SOCIOLOGICAL SCIENCES

- Popov Oleksandr**
Legal framework for social work
with local communities in Poland..... 58

PSYCHOLOGICAL SCIENCES

- Garkavenko Nina, Doskach Svitlana**
Existential-psychological analysis of spirituality.. 62

- Zimovina Tetiana, Moroz Juliana**
Why are children sick: what the features
of family relationships may affect the occurrence
of diseases of primary school age children.....66
- Makarenko Stephaniya, Partyko Neonila**
Personality characteristics of commanders
as a factor of the efficient military management.71
- Shastko Iryna**
Scientifically theoretical study
of problem of experiencing
of ambivalentnosti of personality..... 76
- Yanovskaya Tamara**
Features of application of methods
of art-therapy at work with ladies
in the period of submission of self-identity.....79

MEDICAL SCIENCES

- Shinkaruk-Dykovytska Mariya,
Vakhovskyi Vitalii, Alekseenko Natalia,
Tepla Tamara**
Comparative characteristic state of hygiene oral
cavity at treatment dentomaxillaris anomalies with
non-removable orthodontic appliances with and
without using interdental angular brushes.....82

HISTORICAL SCIENCES

- Gubka Olga**
Educational and research unit of scientific
and design school of V.M. Kovtunencko.....85
- Pasitska Oksana**
Business activities of Galician women
in the first third of the twentieth century.....89

HISTORY OF ART

- Popiuk Illya**
Influence of folk crafts (XX – early XXI)
on the development of modern artistic
blacksmithing in the territories
of Bukovyna and Hutsulshchyna..... 94
- Semion Viktoriia**
The folk song roots of Artemy Vedel's
choir polyphony..... 101

PHILOLOGICAL SCIENCES

- Ahieieva Viktoria, Vasina Iryna**
The problem of linguocultural interference
in the process of intercultural
communication and translation..... 106
- Havrylenko Valeriia, Stasiuk Iryna**
Peculiarities of politically correct euphemisms'
emergence in English-speaking medium.....110
- Moser Maiia**
Marketing discourse in ukrainian business:
language – communication – motivation.....116
- Sivaeva Olga**
Morphological features of the art translation
(by the example of roman
E. Remarks "Three Comrades")..... 119

Yakushko Kateryna, Petrenko Myroslava

The stages to involve the English statements in order to discuss the achievements of agrochemistry.....123

PEDAGOGICAL SCIENCES**Zaika Anna**

The current state of preparedness of future teachers-philologists for research activity with students of senior school in general educational institutions of Ukraine.....126

Kardash Larysa

Linguistic fundamentals for the formation of rhetorical skills of senior pupils.....130

Kyrychenko Tetiana

The effectiveness of the English language (foreign language for professional purpose) teaching while cooperation of foreign language teacher and the teachers of economy.....134

Kryvenko Inna, Kryshchyna Albina,**Andriychuk Maria**

Technology of formation in future physicians digital competence duaring medical informatics training: the modern state and prospects138

Malezhyk Yuliia, Balakh Daryna

The use of colour opportunities during the open-air painting practice by future fine arts teachers.....143

Markov Denis

Conditions of development of artistic and creative potential of the future teacher of labor education.....147

Markov Denis

Graphic component as one of the main elements of the training of the future technology teacher.....151

Novyk Iryna, Levoniuk Alina

Formation of positive learning motivation in primary school by using game technigues.....156

Ryabokin Alina

Rimo-Ireland teacher tradition in the activities of urgan and socialist Alkoin Yorksky: Raban Mavr.....160

Khyschenko Oleh

Pedagogical aspects for preparing the future teacher of labor education to project-technological activity.....164

Tsaruk Victoria

Formation of professional competency of the future teacher of physical culture in pedagogical practice conditions.....170

Tsiuniak Oksana

Philosophical measurement of the concept «innovative activity».....175

Shtokhman Liliia

Some aspects of teaching business foreign language.....179

LAW SCIENCES**Vretch Julia, Radchenko Alexandra**

Prevention and counteraction corruption in the State Fiscal Services of Ukraine: realities and prospects.....183

Hryha Volodymyr

Artificial intelligence as victim of crime.....188

Zankevych Nazar

The protection of human rights and fundamental freedoms in the European Union is shattered.....193

Ivanov Yuriy

Formation of regulatory support for the protection of critical infrastructure in the credit and banking sphere.....198

Lavrovych Denys

Evaluated terms in Ukrainian criminal law.....203

Polekhina Mariya, Ostapov Artem

Some problems of legal regulation of water protection operations in the territory of Ukraine (in the application of the Pechenizke Reservoir)..207

Seredchnaya Alina

Precautions for personal denomination in the creation of criminal justice.....210

Sokha Semen, Pavlov Ruslan

Article N of the Constitution "The right to possession of arms".....215

ECONOMIC SCIENCES**Dorosh Olena, Salnykova Tetiana**

Budget of the state as an instrument for implementation of social-economic programs.....219

Ivashchenko Anna, Molochenko Victoria

Developing processes of logistics management in the tourism industry.....223

Ivashchenko Anna, Molochenko Victoria

Policy of improving the level of management of image tourism holding company.....226

Ivashchenko Anna, Molochenko Victoria,**Voloshina Oksana**

Development of museum potential of tourism activity.....230

Ovcharenko Tetiana, Kazbekova Karyna

Implementation of the formulation and project realization system for domestic enterprises of the pharmaceutical industry.....234

Timkova Valentina, Savina Svetlana

Development of marketing activities for small tourism enterprises.....241

Tyutyunnikova Svitlana, Romanika Tetiana

Unstable youth employment under conditions of the digital economy domination.....246

Khodova Yana

Complex system of sales logistics management at industrial enterprise.....251

Shtutsa Viktor

The role of the state in resolving of economic and environmental problems in Ukraine.....255

DOI: <https://doi.org/10.32839/2304-5809/2019-5-69-53>

УДК 338.48:658.8

Тимкова В.А., Савіна С.С.

Вінницький національний аграрний університет

ВДОСКОНАЛЕННЯ МАРКЕТИНГОВИХ ІНСТРУМЕНТІВ ДЛЯ РОЗРОБКИ КОНЦЕПЦІЇ СТАЛОГО РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНИХ ПІДПРИЄМСТВ

Анотація. У статті розглянуто сутність маркетингу малих туристичних підприємств, проведено аналіз використання ними маркетингових інструментів, запропоновано напрями поширення використання маркетингової концепції. Також одним з основних досліджень є механізми управління потенціалом туристичної сфери та механізм регулювання. Розглядаються умови, фактори та функції розвитку, аналізується розвиток туризму та подаються рекомендації щодо вдосконалення механізмів управління потенціалом туристичної сфери... У статті з'ясовано місце туризму на рівні національної економіки і те, що туризм потрібно визнати пріоритетною сферою надання послуг. Необхідно запровадити міжвідомчу координацію діяльності, розвивати інфраструктуру, транспортні зв'язки, створювати та реалізовувати туристичні продукти та послуги, які мають попит на світовому ринку, застосовувати нові технології турупереїтингу.

Ключові слова: маркетинг, малі туристичні підприємства, сталий розвиток, сфера обслуговування, маркетинговий підхід, статистична звітність.

Timkova Valentina, Savina Svetlana

Vinnytsia National Agrarian University

DEVELOPMENT OF MARKETING ACTIVITIES FOR SMALL TOURISM ENTERPRISES

Summary. In article the essence of marketing of small tourist enterprises is considered, the analysis of their marketing tools is used, directions of distribution of the use of marketing concept are offered. One of the main studies is the mechanisms for managing the potential of the tourism sector and the regulatory mechanism. Conditions, factors and developmental features are considered, the development of tourism is analyzed and recommendations are made on improving the management mechanisms of the tourism sector potential. The process of accelerating the development of tourism should be inextricably linked with the establishment of market relations. International experience shows that the market is the most conducive economic environment for the operation of tourism enterprises. Tourism, in turn, plays an important role in shaping the market space, focusing directly on the consumer. The article clarifies the place of tourism at the level of the national economy and the fact that tourism should be recognized as a priority area of service provision. It is necessary to establish interagency coordination of activities, to develop infrastructure, transport links, to create and implement tourist products and services that are in demand in the world market, to apply new technologies of tournament play. Marketing tourism has three goals: the storage and protection of the traditional market (cliente); introduction, development and increase of the new market; extension of seasonal limits. Management of tourist enterprises does not always understand how to effectively use one or another received information, or make false conclusions based on the analysis. An important factor in the development of the modern tourism industry is to improve the information provision of this process. One of the effective tools for tourism and resorts management the formation of a network of city tourist-information centers in the regions could help increase of tourist attractiveness of the city and activization of tourist-excursion activity on its territory. The importance of using the marketing strategy of the tourist enterprise using Internet technologies is outlined.

Keywords: marketing, small tourist enterprises, sustainable development, sphere of service, marketing approach, statistical reporting.

Постановка проблеми. З переходом до ринкової моделі економіки в Україні все більше уваги приділяється маркетинговій діяльності підприємств, що насамперед передбачає орієнтацію на споживача і стимулювання збуту. Великі підприємства вже повністю адаптувалися до нових потреб і є «маркетингово орієтованими». У той же час дослідники зазначають, що «...найбільш суттєвою причиною неефективності малого підприємництва в Україні є те, що процес обрання сфери діяльності малого бізнесу носить стихійний характер, при якому практично ігнорується маркетинговий підхід» [1, с. 87].

Звісно, не можна говорити про повне ігнорування маркетингу, але більшість малих підприємств використовують лише окремі його інструменти (головним чином різні види реклами власних товарів або послуг). Туристичний бізнес не є виключенням. До того ж, мінливість зовнішнього середовища і споживчого попиту, широкий

асортимент пропонованого тур-продукту і туристичних послуг, високий рівень конкуренції вимагають максимальної гнучкості сервісного процесу, що орієнтований на існуючі ринкові чинники, а отже маркетингового підходу.

Метою дослідження є виявлення сутності маркетингу малих туристичних підприємств і аналіз використання ними маркетингових інструментів щодо власного сталого розвитку. Для цього вирішено наступні завдання: визначено авторський підхід до дефініції «маркетинг сталого розвитку»; проведено аналіз використання інструментів маркетингу малими туристичними підприємствами. Об'єктом дослідження є процес маркетингової діяльності малих туристичних підприємств, а предметом – складові маркетингової діяльності.

Аналіз останніх досліджень. Маркетинг – це «гнучка, багатоліка, постійно і саморегулююча система, з постійною пристосованістю до задо-

волення ринкового попиту», або «виробничо-збутова діяльність фірми з орієнтацією на ринок» [2, с. 107]. Виходячи з дефініцій, маркетингова діяльність упроваджується головним чином на підприємствах, які мають конкретний результат праці – товар. У той же час, з розвитком сервісної сфери з'явилася потреба в маркетингу послуг. Під ним розуміють «процес розробки, просування і реалізації послуг, орієнтований на виявлення спеціальних потреб клієнтів» [3, с. 8].

У туризмі, що також відноситься до сфери обслуговування, результатом діяльності зводиться до туристичного продукту, який згідно Закону України «Про туризм» є «попередньо розробленим комплексом туристичних послуг» [4, с. 3], тобто це стандартний набір послуг, що надається туристові в одному «пакеті».

Вирішення не вирішених раніше частин загальної проблеми. Проте, незважаючи на швидкий розвиток туристичної галузі, маркетинг ще не отримав тут належного використання. Так, І. Пурська акцентує на тому, що «в організаційній структурі 95,7% туристичних підприємств України не передбачено відділу маркетингу... Проте, навіть наявність... не є доказом пріоритетності маркетингової концепції» [5, с. 69]. Ю. Забалдіна підкреслює, що «серед багатьох суб'єктів ринку лише одиниці використовують маркетинг у повному обсязі, більшість – лише його окремі знаряддя (найчастіше рекламу)» [6, с. 5]. Л. Шульгіна в монографії «Маркетинг підприємств туристичного бізнесу» наголошує, що «однією з найголовніших причин недостатніх

темпів розвитку туристичних послуг в Україні... є низький рівень застосування маркетингу підприємствами туристичного бізнесу» [7, с. 5].

Взагалі під маркетингом в туризмі розуміють «систему безперервного узгодження послуг, що пропонуються, з послугами, що користуються попитом на ринку і які туристичне підприємство може запропонувати з прибутком для себе та більш ефективно, ніж конкуренти» [8, с. 24]. В. Смолій, В. Федорченко і В. Цибух підкреслюють, що це «система управління та організації діяльності великих туристських організацій (асоціацій, концернів, фірм, консорціумів, банків та ін.) з розробки нових, більш ефективних видів туристсько-екскурсійних послуг, їх виробництва і збуту. Маркетинг туристський переслідує три мети: зберігання і захист традиційного ринку (клієнтури); введення, розвиток і збільшення нового ринку; розширення меж сезонності» [9, с. 198–199]. Таким чином, останні дослідники взагалі виключають можливість використання маркетингу на малих туристичних підприємствах, що не є об'єктивним, бо три зазначені мети є характерними для будь-яких туристичних підприємств незалежно від їх розміру.

Виклад основного матеріалу. Цю тезу підтверджує проведення анкетування серед співробітників 90 туристичних підприємств (рис. 1, 2), метою якого було визначення маркетингової активності туристичних підприємств України.

Серед вивчених туристичних підприємств 93% (що підтверджує дослідження І. Пурської) не мають в організаційній структурі посади маркетолога. Це малі й більша частина середніх туристичних підприємств, що при загальній середній чисельності персоналу 5 осіб вважають нераціональним введення посади маркетолога.

Дослідження показало, що малі туристичні підприємства активно використовують у діяльності маркетингові дослідження за напрямками: конкуренти, клієнти, партнери (рис. 3, 4, 5), а також використовують заходи щодо стимулювання попиту і продажу тур-продукту (рис. 6).

Таким чином, згідно з отриманими даними лише 10% малих туристичних підприємств не використовують у своїй діяльності інструменти маркетингових досліджень, що пояснюється, головним чином, високим рівнем конкуренції на туристичному ринку.

Проте лише збір інформації є недоцільним, для подальшого використання вона потребує ретельного аналізу. Це завдання на малих туристичних підприємствах є найчастіше компетенцією керівництва або власників, при тому що збір і систематизацію інформації здійснюють менеджери. Відповідно до отриманих даних (рис. 7) у тій або іншій мірі аналіз здійснюють 90% МТП. Проте, незважаючи на проведення аналізу і урахування отриманих результатів під час прийняття управлінських рішень, 80% опитаних співробітників МТП відзначили наявність труднощів зі збутом турпродукту і високу вартість реклами, а 60% – складність виходу на нові ринки збуту, недостатність наявних знань щодо ефективного ведення бізнесу, корупцію і недостатність інформації задля ведення бізнесу.

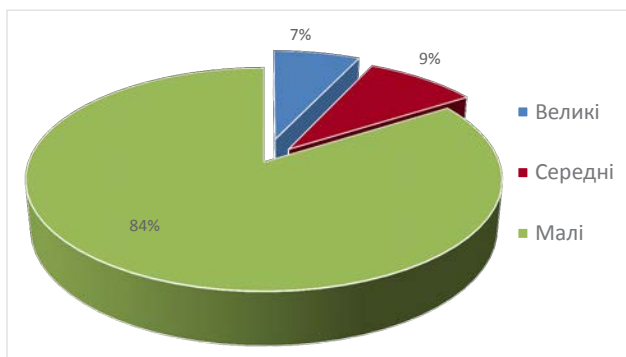


Рис. 1. Структура анкетованих туристичних підприємств за розміром

Джерело: розроблено авторами за статистичними даними



Рис. 2. Структура анкетованих туристичних підприємств за видом діяльності

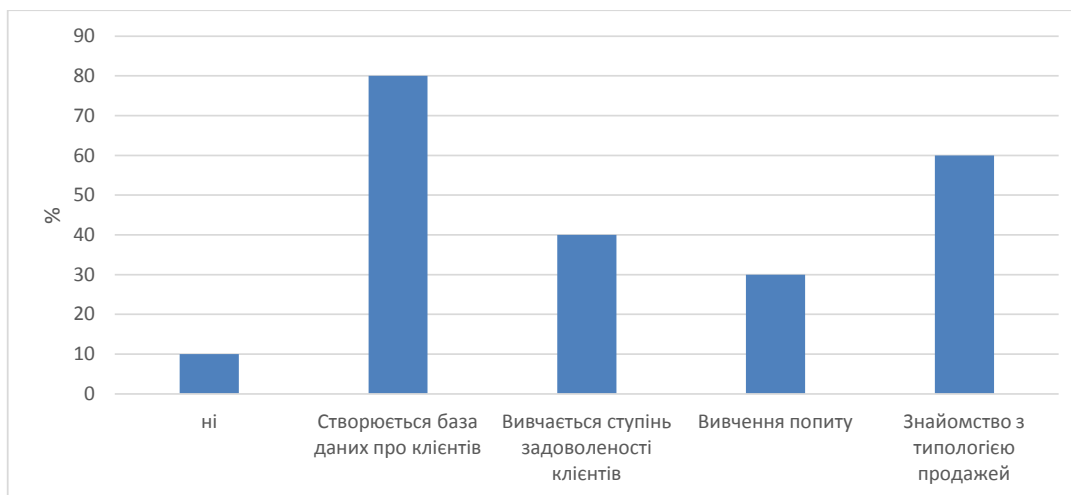


Рис. 3. Інтенсивність вивчення клієнтів малими турпідприємствами (МТП)

Джерело: розроблено авторами за статистичними даними

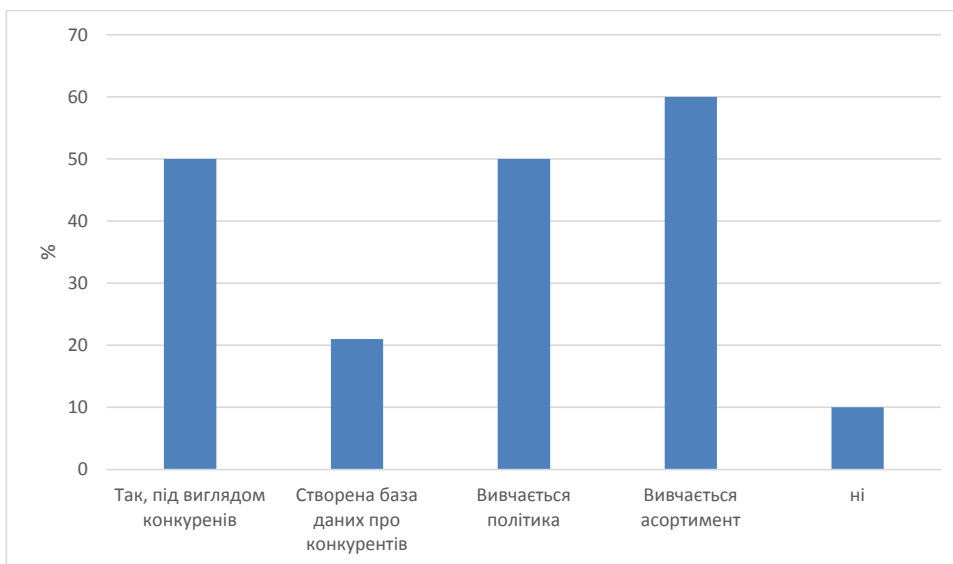


Рис. 4. Інтенсивність вивчення конкурентів

Джерело: розроблено авторами за статистичними даними

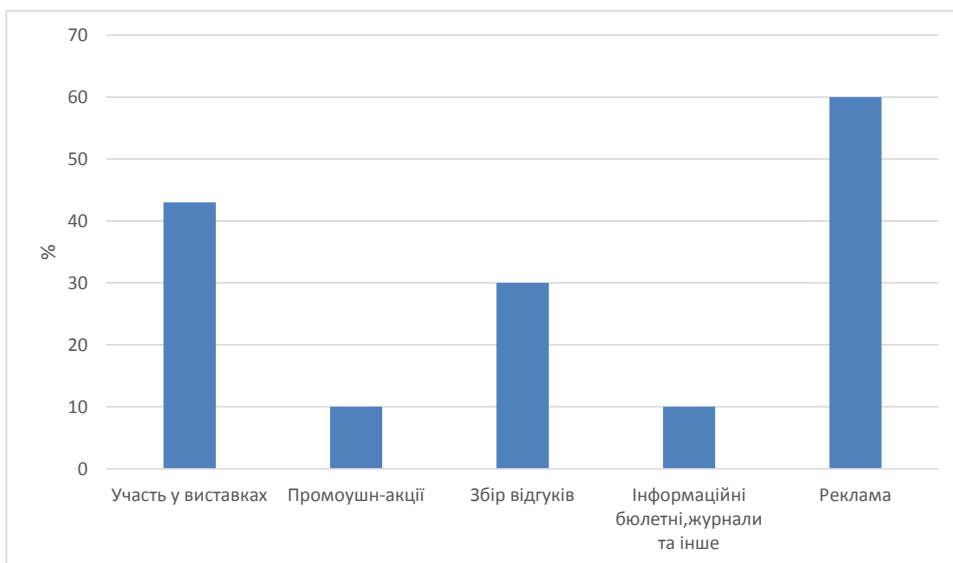


Рис. 5. Інтенсивність вивчення діяльності партнерів МТП

Джерело: розроблено авторами за статистичними даними

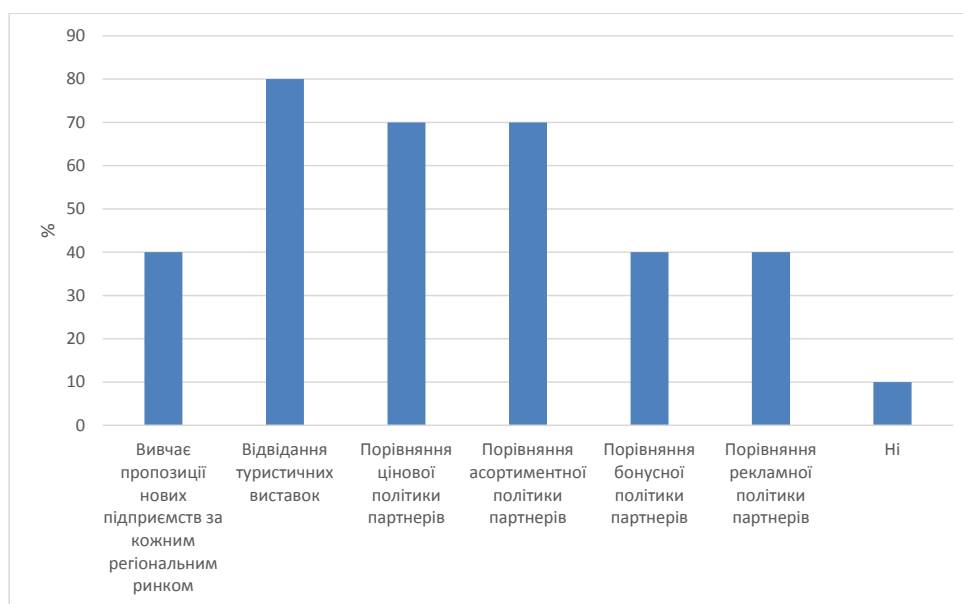


Рис. 6. Інтенсивність заходів стимулювання збуту і продажу турпродукту (МТП)

Джерело: розроблено авторами за статистичними даними

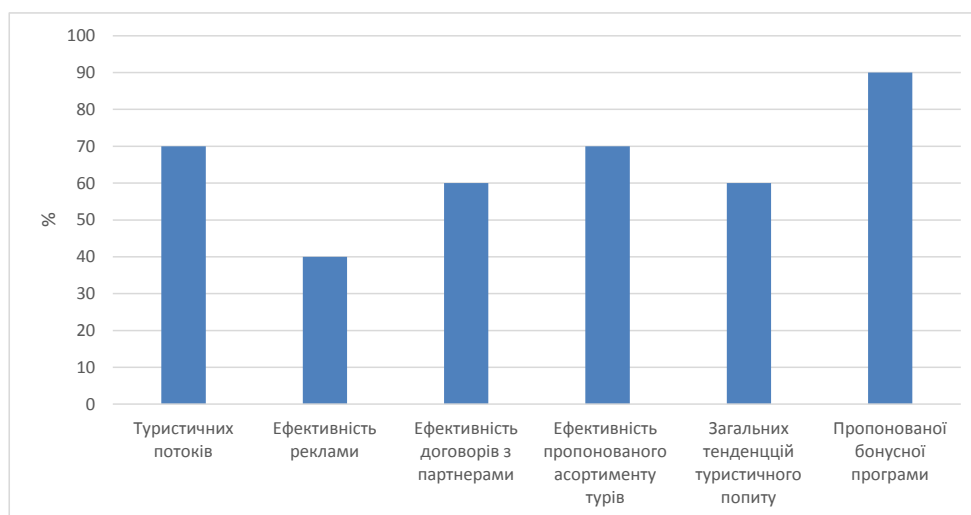


Рис. 7. Напрями аналізу за даними проведених маркетингових досліджень, що проводяться керівництвом МТП

Джерело: розроблено авторами за статистичними даними

Тобто напрошується висновок, що керівництво туристичних підприємств не завжди розуміє, як ефективно використати ту чи іншу отриману інформацію, або робить хибні висновки на основі проведеного аналізу. Цей процес також ускладнюється нестачею офіційних даних про розвиток туристичної сфери і малого підприємництва в цілому, а також їх умовністю, через високий рівень «тіньової економіки».

Отже, недостатність розвиненості маркетингової концепції, що багато в чому обґрунтована її новизною для підприємців, на туристичних підприємствах (зокрема і МТП) призводить до уповільнення темпів зростання вітчизняної туристичної сфери в цілому, що ставить під загрозу сталість їх розвитку.

Під маркетингом сталого розвитку МТП слід розуміти концепцію ведення підприємницької діяльності в контексті соціальної відповідальнос-

ті та урахування інтересів і потреб теперішнього та майбутнього споживача, що бере за мету просування і збут туристичного продукту та послуг, посилення конкурентної позиції підприємства і забезпечення прибутковості його діяльності.

Висновки і пропозиції.

1. Концепція маркетингу сталого розвитку МТП потребує планомірних маркетингових досліджень, результати яких повинні лягти в основу планування діяльності туристичного підприємства, у чому перш за все повинні бути зацікавлені керівники МТП. Для цього пропонується:

- в рамках туристичних виставок будь-якого рівня (які відвідують що найменш 40% представників турпідприємств) організувати навчальні семінари і круглі столи з актуальних проблем;
- туристичним асоціаціям і об'єднанням проводити роз'яснювальну роботу щодо необхідності впровадження маркетингу.

2. Посилити вимоги до ведення діяльності туристичними підприємствами, а також якості статистичної звітності, що ними подається, повинен уразі його затвердження про- ект «Про затвердження Порядку контролю за додержанням ліцензійних умов провадження туроператорської та турагентської діяльності»

Список літератури:

1. Барден Ф. Взлом маркетинга. Наука о том, почему мы покупаем. Москва, 2016. 136 с.
2. Слюсаренко О.О. Словник підприємця за редакцією. НАН України, 2016. 196 с.
3. Беквіт Г. Чотири ключі до маркетингу послуг. Москва, 2017. 252 с.
4. Закон України «Про туризм». Київ, 2019. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/324/95-вр> (дата звернення: 30.05.2019).
5. Забалдіна Ю.Б. Маркетинг туристичного підприємства. Київ : Музична Україна, 2015. 196 с.
6. Шулґіна Л.М. Маркетинг підприємств туристичного бізнесу. Київ : КНТЕУ, 2015. 597 с.
7. Дубрович А.П. Маркетинг в туризмі. Мінськ, 2017. № 20. 496 с.
8. Холідей Р. Маркетинг майбутнього. Як гроуз-хакери змінюють правила гри. Київ, 2018. 130 с.

References:

1. Barden F. (2016). Zlom marretynhu. Naukampro te. Chomu my kupuiemo [Marketing Hack. The science of why we buy]. Moscow.
2. Slyusarenko O. (2016). Slovnyk pidprijemtsia za redaktsiieiu [The Entrepreneur's Dictionary]. NAS of Ukraine.
3. Bekvit G. (2017). Chotyry kliuchi do marketynhu posluh [The four keys to the marketing of services]. Moscow.
4. Zakon Ukrainy "Pro Turyzm" [The Law of Ukraine "On Tourism"]. Available at: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/324/95-av> (accessed 30 May 2019).
5. Zalaldina Y.B. (2015). Marketynh turystychnoho pidprijemstva [Marketing of the tourist enterprise]. Kyiv : Musical Ukraine.
6. Shulgina L.M. (2015). Marketynh pidprijemctv turystychnoho biznesu [Marketing of tourism business enterprises]. Kyiv : KNTEU.
7. Dubrovich A.P. (2017). Marketynh v turyzmi [Marketing in tourism]. Minsk.
8. Holiday R. (2018). Marketynh maibutnoho. Yak hrouz-khakery zminiuiut pravyla hry [Marketing of the Future. As grub-hackers change the rules of the game]. Kiev.

Науковий журнал
«Молодий вчений»

№ 5 (69) травень 2019 р.

Щомісячне видання

Коректор: В. Бабич
Дизайн: А. Юдашкіна
Комп'ютерна верстка: В. Удовиченко

Контактна інформація редакції журналу.
Поштова адреса: 73021 Україна, м. Херсон,
а/с 20, Редакція журналу «Молодий вчений»

Телефон: +38 (0552) 399 530
Email: info@molodyvcheny.in.ua
Сайт: www.molodyvcheny.in.ua

Підписано до друку 31.05.2019 р.
Формат 60x84/8.
Папір офсетний. Цифровий друк.
Ум.-друк. арк. 31,39. Тираж 100 прим.
Зам. 0519-78.

Надруковано: Видавничий дім «Гельветика»
Україна, м. Херсон, вул. Паровозна, буд. 46-а
E-mail: mailbox@helvetica.com.ua
Свідоцтво суб'єкта видавничої справи
ДК № 6424 від 04.10.2018 р.