

Міністерство освіти і науки України
Таврійський державний агротехнологічний університет ім. Д. Моторного
Науково-дослідний інститут соціально-економічного розвитку регіону
Факультет економіки і бізнесу



МАТЕРІАЛИ

**X Всеукраїнської науково-технічної конференції
здобувачів вищої освіти за підсумками досліджень у 2022 р.**

Факультет економіки і бізнесу

6-10 лютого 2023 р.

Мелітополь
2023

УДК [378.146:33]:001.893](043)

Т 13

Матеріали X Всеукраїнської науково-технічної конференції здобувачів вищої освіти за підсумками досліджень у 2022 р. Факультет економіки та бізнесу (6-10 лютого 2023 р., м. Мелітополь). Мелітополь: ТДАТУ, 2023. 252 с.

До збірки ввійшли матеріали учасників Всеукраїнської науково-технічної конференції здобувачів вищої освіти за підсумками наукових досліджень 2022 року. Збірка призначена для викладачів, аспірантів, магістрантів, студентів, фахівців, що працюють за зазначеними напрямками.

Секція 1. Маркетинг

Секція 2. Економіка і бізнес

Секція 3. Фінанси, облік та оподаткування

Секція 4. Менеджмент та публічне адміністрування

Робоча група:

Коноваленко А. С. – д.е.н., доцент, директорка Науково-дослідного інституту соціально-економічного розвитку регіону

Секція 1. Легеза Д. Г., д.е.н., професор, зав.кафедрою маркетингу ТДАТУ

Секція 2. Болтянська Л. О., к.е.н., доцент, в.о. зав.кафедрою економіки і бізнесу ТДАТУ

Секція 3. Яцух О. О., д.е.н., професор, в.о. зав.кафедрою фінансів, обліку та оподаткування ТДАТУ

Секція 4. Ортіна Г. В. д.н. з держ. упр., доцент, в.о. зав.кафедрою менеджменту та публічного адміністрування ТДАТУ

Півченко С. В., ТДАТУ МАРКЕТИНГОВІ КОМУНІКАЦІЇ Науковий керівник — Арестенко Т. В., к.е.н., доцент кафедри маркетингу, ТДАТУ	36
Плясецька В. Р., ТДАТУ СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ МАРКЕТИНГУ У СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖАХ В УКРАЇНІ Науковий керівник — Сокіл Я. С., к.е.н., доцент кафедри маркетингу, ТДАТУ	38
Созанський Р. І., ТДАТУ СТРАТЕГІЧНИЙ АНАЛІЗ КОНКУРЕНТНИХ СИЛ НА РИНКУ СНЕКІВ Науковий керівник — Шквиря Н. О., к.е.н., доцент кафедри маркетингу, ТДАТУ	40
Чернишова М. О., ТДАТУ СТРАТЕГІЧНИЙ АНАЛІЗ ТОВАРНОГО АСОРТИМЕНТУ ПІДПРИЄМСТВА Науковий керівник — Шквиря Н. О., к.е.н., доцент кафедри маркетингу, ТДАТУ	42
Секція 2. Економіка і бізнес	
Алба В. Є., ТДАТУ ПЕРЕВАГИ ТА НЕДОЛІКИ ВИКОРИСТАННЯ ЕЛЕКТРОННИХ ГРОШЕЙ Науковий керівник — Лисак О. І., к.е.н., доцент кафедри економіки і бізнесу, ТДАТУ	45
Антонова О., ТДАТУ ЗАСТОСУВАННЯ ПРИЙОМІВ МІКРОЕКОНОМІЧНОГО АНАЛІЗУ ПРИ ЗДІЙСНЕННІ ДІАГНОСТИКИ СТАНУ РИНКУ ОСНОВНИХ ВИДІВ ПРОДУКЦІЇ ПІДПРИЄМСТВА Науковий керівник — Васильченко О. О., ст. викладач кафедри економіки і бізнесу, ТДАТУ	47
Бадуля А. Ю., ТДАТУ ДИНАМІКА ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ЕФЕКТИВНОСТІ ЗАПОРІЗЬКОГО РЕГІОНУ Науковий керівник — Почерніна Н. В., к.е.н., доцент кафедри економіки і бізнесу, ТДАТУ	50
Булгакова Т., ТДАТУ ОЦІНКА КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ТОРГОВЕЛЬНОГО ПІДПРИЄМСТВА ТА ОБҐРУНТУВАННЯ НАПРЯМІВ ЇЇ ПІДВИЩЕННЯ Науковий керівник — Васильченко О. О., ст. викладач кафедри економіки і бізнесу, ТДАТУ	53
Васильченко Д., ТДАТУ ЗАСТОСУВАННЯ ДІЛОВИХ ІГОР ПРИ ВИВЧЕННІ ДИСЦИПЛІНИ “МІКРОЕКОНОМІКА” Науковий керівник — Васильченко О. О., ст. викладач кафедри економіки і бізнесу, ТДАТУ	56
Власов І. О., ТДАТУ КОГНІТИВНІСТЬ В АСПЕКТІ ЕКОНОМІЧНОГО УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ Науковий керівник — Яворська Т. І., д.е.н., професор кафедри економіки і бізнесу, ТДАТУ	59

Гайдаш М. А., ТДАТУ АНАЛІЗ ОРГАНІЗАЦІЇ ВЗАЄМОДІЇ МІЖ СУБ'ЄКТАМИ НА ТУРИСТИЧНОМУ РИНКУ УКРАЇНИ Науковий керівник — Демко В. С., к.е.н., доцент кафедри економіки і бізнесу, ТДАТУ	61
Гасан В. Д., ТДАТУ СУТНІСТЬ ТА ЦІЛІ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ ПІДПРИЄМСТВА Науковий керівник — Прус Ю. О., к.е.н., доцент кафедри економіки і бізнесу, ТДАТУ	64
Грач Р. Б., ТДАТУ ПІДПРИЄМНИЦЬКА ДІЯЛЬНІСТЬ: ОЗНАКИ, ОРГАНІЗАЦІЙНІ ФОРМИ ТА МОТИВАЦІЯ Науковий керівник — Болтянська Л. О., к.е.н., доцент кафедри економіки і бізнесу, ТДАТУ	67
Гриняк Д. Г., ТДАТУ ХАРАКТЕРИСТИКА ВИДІВ ТРАНСПОРТУ В ЛОГІСТИЦІ Науковий керівник — Тебенко В. М., к.е.н., доцент кафедри економіки і бізнесу, ТДАТУ	70
Гришко І. С., ТДАТУ СТАТИСТИЧНИЙ АНАЛІЗ ДОХОДІВ НАСЕЛЕННЯ Науковий керівник — Завадських Г. М., к.е.н., доцент кафедри економіки і бізнесу, ТДАТУ	73
Жила Д. С., ТДАТУ ВПЛИВ ІНТЕРНЕТ-ТЕХНОЛОГІЙ НА РОЗВИТОК ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ Науковий керівник — Лисак О. І., к.е.н., доцент кафедри економіки і бізнесу, ТДАТУ	75
Зла Р. А., ТДАТУ ЦІЛЬОВІ ОРІЄНТИРИ РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ В ПІСЛЯВОЄННИЙ ПЕРІОД Науковий керівник — Яворська Т. І., д.е.н., професор кафедри економіки і бізнесу, ТДАТУ	77
Іванченко А. А., ТДАТУ РОЗВИТОК СОЦІАЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВ ПІД ЧАС ВІЙНИ Науковий керівник — Завадських Г. М., к.е.н., доцент кафедри економіки і бізнесу, ТДАТУ	80
Ісаєва Д. К., ТДАТУ ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ БЮДЖЕТУ ВІТЧИЗНЯНИХ ДОМОГОСПОДАРСТВ Науковий керівник — Завадських Г. М., к.е.н., доцент кафедри економіки і бізнесу, ТДАТУ	82
Каминін В. В., ТДАТУ ПРОБЛЕМИ І ПОТРЕБИ МАЛОГО БІЗНЕСУ УКРАЇНИ ПІД ЧАС ВІЙНИ Науковий керівник — Завадських Г. М., к.е.н., доцент кафедри економіки і бізнесу, ТДАТУ	84
Козіна В. І., ТДАТУ ВПЛИВ ВІЙНИ НА ЕКОНОМІКУ УКРАЇНИ Науковий керівник — Завадських Г. М., к.е.н., доцент кафедри економіки і бізнесу, ТДАТУ	86

Кочубей Ю. О., ТДАТУ ФАКТОРНИЙ АНАЛІЗ ЕКОНОМІЧНОЇ ЕФЕКТИВНОСТІ ДІЯЛЬНОСТІ ТУРИСТИЧНОГО ПІДПРИЄМСТВА Науковий керівник — Кукіна Н. В., к.е.н., доцент кафедри економіки і бізнесу, ТДАТУ	88
Лисак Г. Є., ТДАТУ РОЛЬ ОСОБИСТОГО БРЕНДУ В ІНТЕРНЕТ-ТОРГІВЛІ Науковий керівник — Лисак О. І., к.е.н., доцент кафедри економіки і бізнесу, ТДАТУ	90
Лифарь П. А., ТДАТУ ЖИТТЄВИЙ ЦИКЛ ПРОЕКТУ Науковий керівник — Болтянська Л. О., к.е.н., доцент кафедри економіки і бізнесу, ТДАТУ	92
Лифарь П. А., ТДАТУ ТУРИСТИЧНИЙ РИНОК ТА РИНКОВЕ СЕРЕДОВИЩЕ ТУРОПЕРАТОРІВ Науковий керівник — Демко В. С., к.е.н., доцент кафедри економіки і бізнесу, ТДАТУ	94
Моторіна П. В., ТДАТУ КОНЬ'ЮНКТУРНИЙ АНАЛІЗ ПОПИТУ НА ПОСЛУГУ ТУРИСТИЧНОЇ ФІРМИ Науковий керівник — Кукіна Н. В., к.е.н., доцент кафедри економіки і бізнесу, ТДАТУ	97
Овесков О. В., ТДАТУ ПРИНЦИПИ СТАЛОГО РОЗВИТКУ СІЛЬСЬКОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ Науковий керівник — Яворська Т. І., д.е.н., професор кафедри економіки і бізнесу, ТДАТУ	99
Перепелиця Д. М., ТДАТУ ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНОЇ ІНДУСТРІЇ ЗАПОРІЗЬКОГО РЕГІОНУ Науковий керівник — Коноваленко А. С., д.е.н., доцент кафедри економіки і бізнесу ТДАТУ	101
Постой Д. В., ТДАТУ ГЛОБАЛЬНІ ІНВЕСТИЦІЙНІ ТРЕНДИ: ВИКЛИКИ ДЛЯ УКРАЇНИ Науковий керівник — Почерніна Н. В., к.е.н., доцент кафедри економіки і бізнесу, ТДАТУ	103
Розумсйко А. А., ТДАТУ ТЕХНІЧНИЙ АНАЛІЗ БІЗНЕС ПРОЄКТА Науковий керівник — Болтянська Л. О., к.е.н., доцент кафедри економіки і бізнесу, ТДАТУ	106
Сергеева А. В., ТДАТУ МОНЕТАРНІ СТИМУЛИ ЕКОНОМІЧНЕ ВІДНОВЛЕННЯ УКРАЇНИ Науковий керівник — Почерніна Н. В., к.е.н., доцент кафедри економіки і бізнесу, ТДАТУ	108
Сириця С. О., ТДАТУ МІЖНАРОДНИЙ ТУРИЗМ ТА ЙОГО ЗНАЧЕННЯ У СВІТОВІЙ СПІЛЬНОТІ Науковий керівник — Демко В. С., к.е.н., доцент кафедри економіки і бізнесу, ТДАТУ	111

Соломахіна К. Г., ТДАТУ НОВА ДЕРЖАВНА РЕГІОНАЛЬНА ПОЛІТИКА В КОНТЕКСТІ ВІЙНИ Науковий керівник — Завадських Г. М., к.е.н., доцент кафедри економіки і бізнесу, ТДАТУ	113
Тарасенко О., ТДАТУ ІННОВАЦІЙНА СКЛАДОВА ТУРИСТИЧНОГО БІЗНЕСУ Науковий керівник — Тебенко В. М., к.е.н., доцент кафедри економіки і бізнесу, ТДАТУ	116
Тебенко І. І., ТДАТУ РОЗВИТОК ІНДУСТРІЇ ТУРИЗМУ ТА МОЖЛИВІ РИЗИКИ Науковий керівник — Тебенко В. М., к.е.н., доцент кафедри економіки і бізнесу, ТДАТУ	118
Тохтомішева Г. Ю., ТДАТУ АСПЕКТИ ДІЯЛЬНОСТІ ФЕРМЕРСЬКИХ ГОСПОДАРСТВ УКРАЇНИ Науковий керівник — Болтянська Л. О., к.е.н., доцент кафедри економіки і бізнесу, ТДАТУ	120
Ушакова А. М., ТДАТУ ПЕРСПЕКТИВИ СТВОРЕННЯ НОВОГО БІЗНЕСУ У ТУРИСТИЧНІЙ СФЕРІ Науковий керівник — Коноваленко А. С., д.е.н., доцент кафедри економіки і бізнесу ТДАТУ	123
Філоненко Н., ТДАТУ ПРИЗНАЧЕННЯ БІЗНЕС-ПЛАНУ ДЛЯ КЛЮЧОВИХ КАТЕГОРІЙ КОРИСТУВАЧІВ Науковий керівник — Коноваленко А. С., д.е.н., доцент кафедри економіки і бізнесу ТДАТУ	125
Фірсова Д. О., ТДАТУ КОН'ЮНКТУРНИЙ АНАЛІЗ НЕЦІНОВИХ ЧИННИКІВ ПОПИТУ НА ТУРИСТИЧНІ ПОСЛУГИ ФІРМИ Науковий керівник — Кукіна Н. В., к.е.н., доцент кафедри економіки і бізнесу, ТДАТУ	127
Щербакова Д. О., ТДАТУ АНАЛІЗ ТЕНДЕНЦІЙ РОЗВИТКУ ГОТЕЛЬНОГО БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ Науковий керівник — Коноваленко А. С., д.е.н., доцент кафедри економіки і бізнесу ТДАТУ	129
Куцаєва К. М. ЗАВДАННЯ РИНКОВИХ ДОСЛІДЖЕНЬ У СУЧАСНИХ УМОВАХ Науковий керівник — Коноваленко А. С., д.е.н., доцент кафедри економіки і бізнесу ТДАТУ	132
Кальченко Є. І., ТДАТУ СТАТИСТИЧНИЙ АНАЛІЗ РІВНЯ БЕЗРОБІТТЯ В УКРАЇНІ Науковий керівник — Завадських Г. М., к.е.н., доцент кафедри економіки і бізнесу, ТДАТУ	133

Головне в процесі виділення фаз, стадій та етапів проекту полягає у позначенні деяких контрольних точок, під час проходження яких використовується додаткова (зовнішня) інформація і визначаються або оцінюються можливі напрями проекту. В будь-якому разі, прийнятий поділ відображає взаємодію проекту з середовищем (діючий механізм регулювання економіки країни, політики держави, існуюче становище в економіці тощо).

Якщо план будівництва будівлі розглянути більш докладно на прикладі зведення заміського житлового будинку, можна виділити наступні етапи:

- I. Вибір земельної ділянки.
- II. Інженерно геологічні вишукування і топологічна зйомка місцевості.
- III. Отримання дозволу на будівництво.
- IV. Підготовка будівництва.
- V. Нульовий цикл (земляні роботи, закладка фундаменту).
- VI. Основний цикл (зведення каркаса будівлі).
- VII. Оформлення та оздоблення фасадів.
- VIII. Внутрішні роботи.
- IX. Завершальний етап (відбілювати інтер'єрів).
- X. Ландшафтні роботи.

На практиці життєвий цикл проекту використовується деякими проектними групами для визначення часу виконання основних завдань протягом виконання проекту в цілому. Наприклад, група дизайну може спланувати основні зусилля на стадії визначення, у той час як група якості, природно, зосереджує свої основні зусилля на останніх стадіях життєвого циклу проекту. Якщо в організації є цілий портфель проектів, що виконуються одночасно, і кожний з них перебуває у своїй стадії життєвого циклу, то ретельне планування і управління і на рівні організації, і на рівні проекту є у край важливим [4].

Список використаних джерел

1. Поняття життєвого циклу проекту. URL: <https://buklib.net/books/34069/> (дата звернення 04.01.2023).
2. Управління проектами. URL: <https://readbookz.net/book/139/3978.html> (дата звернення 11.01.2023).
3. Болтянська Л. О., Тебенко В. М. Від вибору бізнес-ідеї до її реалізації. *Збірник наукових праць ТДАТУ (економічні науки)*. 2017. №3(35). С. 20-27.
4. Болтянська Л. О. Економіка та бізнес: курс лекцій. Мелітополь, 2020. 160 с.
5. Болтянська Л. О., Андрєєва Л. О., Лисак О. І. Вибір ідеї та фінансування стартапів *Збірник наукових праць ТДАТУ(економічні науки)*. 2021. №1(43). С. 5-12.

Науковий керівник: Болтянська Л. О., доцент кафедри економіки і бізнесу, Таврійський державний агротехнологічний університет імені Дмитра Моторного

ТУРИСТИЧНИЙ РИНОК ТА РИНКОВЕ СЕРЕДОВИЩЕ ТУРОПЕРАТОРІВ

Лифарь П. А.

Таврійський державний агротехнологічний університет імені Дмитра Моторного

Ринок туристичних послуг є одним з найбільш динамічних та перспективних економічних систем, розвиток якого дозволив багатьом країнам з менш привабливими, ніж в Україні, природними та культурно-історичними передумовами підвищити рівень соціально-економічного розвитку. Саме тому для нашої країни наявність значного туристичного потенціалу обов'язково має бути доповнена стратегічно продуманим державним регулюванням, спрямованим на успішний розвиток туристичного ринку в сукупності з

іншими ринковими системами, які стимулюють попит через зростання прибутків населення та забезпечують пропозицію шляхом сприяння ефективній діяльності підприємств туризму.

Об'єктом дослідження є туристичний ринок та його середовище в Україні.

Предметом дослідження є механізм регулювання ринку туристичних послуг як засіб реалізації національної туристичної політики в Україні.

Дослідження різноманітних аспектів ринку туристичних послуг і їх особливостей у трансформаційній економіці знайшли своє відображення в працях українських вчених О.О. Любцевої, Т.І. Ткаченко, С.Ю. Цьохли, Л.М. Шульгіної.

Теоретичною та методологічною основою досліджуваної роботи слугували фундаментальні положення сучасної теорії державного регулювання, наукові праці вітчизняних і зарубіжних учених з питань формування, розвитку та регулювання ринку туристичних послуг.

Відносини між продавцями і покупцями, а також ціни, які вони пропонують, важливі для задоволення інтересів обох сторін. Покупців цікавлять товари та послуги, які вони хочуть придбати на певних умовах. Продавці прагнуть знати, що виробляти, а також які споживчі властивості і ланцюги їх товарів прийнятні для покупців. Отже, ринок виконує як інформаційну, так і регулюючу функції.

Туристичний ринок характеризується такими властивостями:

- це є ринок благ і послуг (з перевагою послуг);
- туристичний попит об'єднує блага та послуги, продаж яких взаємно доповнюється;
- споживання настає у місці пропозиції одночасно з наданням послуг;
- туристичний ринок функціонує не тільки у місці тимчасового перебування туристів, а й у місці постійного проживання, перед виїздом та після повернення з подорожі.

Що ж стосується структури ринку туристичних послуг, то для її оцінки використовуються такі показники [1]:

1. концентрація, а саме – загальний рівень активності великих підприємств, рівень домінування на ринку одного або кількох продавців, рівень монопольної влади, масштаби фірм, крива концентрації, індекси концентрації;
2. види і рівень бар'єрів входження на ринок нових фірм;
3. рівень диверсифікації фірм за продуктовими лініями;
4. рівень вертикальної інтеграції фірм.

На сучасному ринку туристичних послуг все більшого розповсюдження набуває така форма взаємодії його учасників, як франчайзинг, який надає право продавати турпакети від імені туроператора.

Ринок споживача турпродукту структурується за багатьма ознаками, серед яких на першому місці слід розглядати мету подорожування.

Мета є конкретною реалізацією мотивації до туристичної подорожі, в якій відбивається потреба в відпочинку, реалізована як запит на конкретний турпродукт.

Мета подорожі формується під впливом багатьох чинників, тому ринок туристського попиту може бути стратифікований за віком, статтю, сімейним станом, рівнем освіти, професією, релігійною приналежністю та іншими демографічними, етно-соціальними та психологічними характеристиками населення, які визначають його мотивацію, психологію споживчої поведінки та решту аспектів, що обумовлюють вибір на туристичному ринку.

Основними критеріями вибору виступають економія грошей, часу та зусиль як на саму подорож, так і на її організацію. При цьому не слід забувати, що не тільки споживач, але й продавець в своїй діяльності керуються не тільки категоріями економії.

Вибір на споживчому ринку великою мірою залежить від оцінки середовища, моди, кон'юнктури і поведінки як споживача, так і виробника турпродукту, від рівня поінформованості та особливостей сприйняття інформації, комунікативних особливостей усіх учасників турпроцесу. Тому сегментація ринку попиту повинна бути багатоаспектною. Відповідно до потреб формується й пропозиція на ринку виробника, тому ринок пропозиції може бути структурований за тими ж ознаками, що й ринок попиту. Таким чином, ринок

туристичних послуг структурований за багатьма ознаками, кожна з яких є ознакою його сегментації. Україна має всі об'єктивні передумови, щоб стати однією з передових туристичних країн світу, однак аналіз сучасного стану функціонування вітчизняної туристично-рекреаційної галузі свідчить про те, що ефективність діяльності цієї галузі стримується через невирішеність низки проблем. Проаналізувавши ситуацію, що склалася в туристичній галузі України, виокремлено проблеми: раціонального використання санаторно-курортної інфраструктури (подолання територіальної нерівномірності), впровадження світових стандартів, залучення інвестицій, низького рівня якості та обсягу інформації про Україну за кордоном, декларативного характеру регулювання галузі та породжені ними [5].

Туристична галузь України, хоч і повільними кроками, починає нарощувати свої показники. За 2015-2020 рр. кількість в'їзних туристів зріс на 19%, виїзні потоки збільшилися на 55%. Офіційні дані Держкомстату України свідчать, що за період з 2014 по 2020 рік загальна кількість туристів, обслугованих туристичними операторами, зросла на 20,62 %, а порівняно з кризовим 2014 роком – на 50,84 %, а в абсолютному вираженні – у 2020 році вона перевищила 3,5 млн осіб. Поряд з цим суттєво змінилися напрями туристичного потоку: якщо у 2014 р. домінувала частка внутрішніх туристичних послуг (75,26 % від загальної кількості туристів, в абсолютному вираженні – 2,16 млн. осіб), то у 2021 р. , стрімке зростання попиту на туристичні послуги за кордоном на фоні зменшення споживання внутрішнього турпродукту призвело до зниження частки внутрішнього туризму до 45,58% та формування орієнтовного співвідношення «зовнішній-внутрішній» споживання.

У 2017 р. траєкторія розвитку туристичних потоків, задана змінами 2014 р. [4]. призвела до структурної деформації попиту на туристичні послуги в бік переважання поїздок за кордон, а в подальшому розвиток туристичного ринку України відбувався в умовах дивергенції споживання, яка вже у 2019 році призвела до того, що 2,5 млн громадян України виїхали за кордон з метою придбання туристичних послуг (що у відносному вираженні становить 72,93% від загальної кількості туристів), тоді як кількість внутрішніх туристів зменшилася. до 0,7 млн. осіб (20,32% від загальної кількості). Зміни, що відзначаються підвищенням активності ринку туристичних послуг та збільшенням потоку іноземних відвідувачів, залишають помітну тенденцію до перевищення відтоку над припливом у структурі туризму.

Значно розширено інфраструктуру, коло іноземних партнерів, інвесторів, суб'єктів туристичної пропозиції. Найбільшим гальмівним фактором у розвитку туризму на суспільному рівні є відсутність уваги та підтримки з боку політики та громадської влади. Як тільки буде глибока зацікавленість на законодавчому рівні, поєднання зусиль для піднесення статусу індустрії туризму на більш високий рівень не тільки у вигляді декларацій, а й конкретних заходів щодо встановлення та підтримки економічних зв'язків, почне ефективно діяти маркетинг у сфері туризму - покращуватиметься рівень розвитку туризму [7]. Зарубіжний досвід свідчить, що максимального ефекту в розвитку туризму можна досягти лише за умов співпраці органів виконавчої влади, місцевого самоврядування.

Отже, можна сказати, що туристичний ринок за своєю сутністю є складним та динамічним явищем. Він являє собою інтегровану систему, яка охоплює майже усі сфери діяльності та життя людини, а тому є невід'ємною частиною сучасного світу. Туріндустрія надає туристичні послуги, різноманітність яких зростає з кожним днем. Це явище, насамперед, пов'язане з підвищенням попиту на такі види послуг та зростанням вимог споживачів. Туристичний ринок став не лише сферою розваг, а потужним полем для бізнесу, яке намагається розвинути на сьогоднішній день чи не кожна країна. Прибутки від сфери туристичних послуг є надзвичайними, а для деяких країн вони стоять на першому місці серед усіх видів доходів. Наразі в Україні, у зв'язку з настанням важливого етапу розвитку країни – посилення настроїв євроінтеграції та подій 2013-2022 років, необхідно використовувати особливі умови для налагодження співробітництва та залучення нових, інакше орієнтованих туристичних потоків.

Список використаних джерел

1. Гусаковська Т. О., Джаман М. О. Розвиток ринку туристичних послуг в Україні. *Науковий вісник Полтавського університету економіки і торгівлі*. 2011. № 5(50). С. 18-29.
2. Демко В. С. Застосування інноваційних інтелектуальних систем прийняття рішень в туризмі. *Вісник Черкаського національного університету імені Богдана Хмельницького*. Серія «Економічні науки». 2022. Т. 26, № 1-2. С. 104-113.
3. Демко В. С. Вплив мультиплікативного ефекту інвестиційних витрат індустрії туристичних послуг на економіку України. *Науковий вісник Полісся*. 2020 № 2(21). С. 145-154.
4. Криховецький І. З. Стан і перспективи розвитку туризму в Україні. *Інвестиції: практика та досвід*. 2015. № 3. С. 37-38.
5. Trusova N. V., Tanklevska N. S., Cherniavska T. A., ...Yeremenko D. V., Demko V. S. Financial provision of investment activities of the subjects of the world industry of tourist services. *Journal of Environmental Management and Tourism*. 2020. Vol. 11(4). P. 890–902.

Науковий керівник: Демко В. С., к.е.н., доцент кафедри економіки і бізнесу, Таврійський державний агротехнологічний університет імені Дмитра Моторного

КОН'ЮНКТУРНИЙ АНАЛІЗ ПОПИТУ НА ПОСЛУГИ ТУРИСТИЧНОЇ ФІРМИ

Моторіна П. В.

Таврійський державний агротехнологічний університет імені Дмитра Моторного

Поступова трансформація ринку продавця в ринок покупця як наслідок сатурації попиту вимагає чіткої орієнтації вітчизняного виробництва на випуск продукції з високою споживчою вартістю. У цих умовах виникла необхідність аналізувати ринок не тільки «по вертикалі» (виробництво, розподіл, обмін і споживання), але і «по горизонталі», передбачаючи вивчення взаємовідносин між підприємствами і споживачами, яке ґрунтується на дослідженні обсягів та асортименту виробленої продукції та її відповідності вимогам споживачів. Розглянемо показники кривої попиту туристичних послуг центру туризму «Алекса» за період 2017-2021 роки (табл. 1).

Таблиця 1

Динаміка обсягу попиту та ціни туристичних послуг в центрі туризму «Алекса»

Показники	Роки				
	2017	2018	2019	2020	2021
Кількість обслугованих туристів, усього осіб	630	847	589	193	429
у тому числі					
подорожуючих у межах території України	11	240	6	18	35
подорожуючих за кордоном	619	607	583	175	394
Вартість туристичних пакетів, тис. грн.	7987,6	9672,0	10424,0	4237,5	6232,7
у тому числі					
для подорожі в межах України	118,8	144,0	12,0	236,0	192,8
для подорожі закордон	7868,8	9528,0	10412,0	4001,5	6039,9
Середня ціна одного пакета в розрахунку на одну особу, грн.	12679	11419	17698	21956	14528
у тому числі					
для подорожі в межах України	10800	600	2000	13111	5509
для подорожі закордон	12712	15697	17859	22860	15330

Джерело: складено та розраховано автором за даними [1, 2]