

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
ДЕРЖАВНИЙ ТОРГОВЕЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ  
ВІННИЦЬКИЙ ТОРГОВЕЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИЙ ІНСТИТУТ

Кафедра туризму та готельно-ресторанної справи

**КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА**

на тему:

«ПРОСУВАННЯ РЕГІОНАЛЬНОГО ТУРИСТИЧНОГО  
ПРОДУКТУ НА НАЦІОНАЛЬНИЙ РИНОК»

(за матеріалами ТОВ «ТКБ»)

Здобувача вищої освіти  
2 курсу, групи МТБ-21з(м),  
спеціальності 242 «Туризм»  
освітньої програми  
«Міжнародний туристичний  
бізнес»

Шеліпова  
Антон  
Івановича

Науковий керівник  
доктор історичних наук,  
професор

Чорна  
Наталія  
Миколаївна

Гарант освітньо-  
професійної програми  
доктор історичних наук,  
професор

Чорна  
Наталія  
Миколаївна

Вінниця 2022

## ЗМІСТ

ВСТУП.....	3
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ПРОСУВАННЯ ТУРИСТИЧНОГО ПРОДУКТУ.....	7
1.1. Туристичний продукт: зміст та структура.....	7
1.2. Поняття та особливості просування туристичного продукту.....	15
1.3. Характеристика методів та інструментів просування туристичного продукту.....	22
РОЗДІЛ 2. 2.1. Організаційно-економічна характеристика ТОВ «Туристичний клуб «Бідняжка».....	28
2.2. Аналіз туристичних продуктів підприємства у розрізі регіонів відвідування.....	33
2.3. Аналіз маркетингової діяльності ТОВ «Туристичний клуб «Бідняжка» щодо просування туристичного продукту на національний ринок.....	38
РОЗДІЛ 3. ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ ВДОСКОНАЛЕННЯ ПРОСУВАННЯ РЕГІОНАЛЬНОГО ТУРИСТИЧНОГО ПРОДУКТУ ТОВ «ТУРИСТИЧНИЙ КЛУБ «БІДНЯЖКА» НА НАЦІОНАЛЬНИЙ РИНОК....	45
3.1. Проблеми просування регіонального туристичного продукту на національний ринок.....	45
3.2. Заходи щодо вдосконалення маркетингової діяльності підприємства щодо просування туристичного продукту на національний ринок.....	48
ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ.....	52
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	54
ДОДАТКИ.....	60

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Баранюк Д. Карт-система туристської дестинації як інструмент територіального маркетингу Буковини. *Матеріали студентської наукової конференції Чернівецького національного університету (16-17 квітня 2019 року)*. Економічний факультет. Чернівці: Чернівець. нац. ун-т ім. Ю. Федьковича, 2019. С. 9-10.
2. Барвінок Н. В. Роль інноваційних інструментів інтернет-маркетингу у просуванні туристичного продукту. *Актуальні проблеми розвитку економіки регіону*. 2021. Вип. 17(2). С. 211-226.
3. Боднарук О. В. Використання інноваційних маркетингових технологій в туристичній індустрії. *Вісник Приазовського державного технічного університету. Серія «Економічні науки»*. 2019. №37. С. 97-104.
4. Бондаренко А. Ф. Особливості маркетингу туристичних послуг в Україні. *Глобальні та національні проблеми економіки*. 2016. №14. С. 241-244.
5. Вартанова О. В. Маркетингові інтернет-технології просування товарів і послуг. *Східна Європа: економіка, бізнес та управління. Придніпровська державна академія будівництва та архітектури*. 2019. Випуск 4. (21). С. 158-163.
6. Виноградова О. В. Сучасні види маркетингу: навч. посібник. Київ: ДУТ, 2019. 265 с.
7. Внутрішній туризм в Україні. Ми запізналися на 2-3 роки та особливий наголос на чесності. Твоє місто. URL: [https://voemisto.tv/exclusive/vnutrishniy\\_turyzm\\_v\\_ukraini\\_my\\_zapiznylysyaz\\_rum\\_uzhe\\_davno\\_112105.html](https://voemisto.tv/exclusive/vnutrishniy_turyzm_v_ukraini_my_zapiznylysyaz_rum_uzhe_davno_112105.html) (дата звернення: 30.09.2022).
8. Ворона Л. М., Скригун Н. П. Сучасні технології просування товару. *Наука і технології : крок в майбутнє*. Прага : Освіта і наука. 2013. Ч. 4. С. 3-5.

9. Горіна Г. О. Розвиток ринку туристичних послуг в Україні в умовах просторової поляризації: дисертац. ... д-ра екон. наук, 08.00.03 – економіка та управління національним господарством. Дніпро, 2017. 493 с.
10. Друкер П. Як забезпечити успіх у бізнесі: новаторство і підприємництво. Пер. з англ. Київ, 1994. 319 с.
11. Духновська Л. М., Саухіна О. В. Процес просування інноваційної продукції на ринок. *Вісник Миколаївського національного університету імені В. О. Сухомлинського*. 2016. Вип. 11. С. 14-16.
12. Зайцева В. М., Корнієнко О. М. Міжнародний туризм та глобалізація в сучасному світі. *Вісник Запорізького національного університету*. 2012. № 2 (8). С. 55-65.
13. Кифяк В. Ф. Організація туристичної діяльності в Україні. URL: [https://tourlib.net/books\\_ukr/kyfjak\\_4.htm](https://tourlib.net/books_ukr/kyfjak_4.htm) (дата звернення: 30.09.2022).
14. Кожухівська Р. Б. Туризм в Україні: стан, фактори та перспектива розвитку. *Інноваційна економіка*. 2012. Т. 3, № 29. С. 43-49.
15. Компанієць Т. І. Планування рекламної діяльності туристичного підприємства в умовах сучасного ринку туристичних послуг. *Вісник Бердянського університету менеджменту і бізнесу*. 2015. № 4 (32). С. 53–57.
16. Кордзая Н. Р. Вірусний маркетинг як метод електронної комерції. Економіка і суспільство. *Мукачівський державний університет*. 2018. №15. С. 338-343.
17. Кравцова А. Використання цифрових технологій в маркетинговій діяльності. *Науковий вісник МНУ імені В.О. Сухомлинського*. Економічні науки. 2018, №2 (11). С. 75-81.
18. Летуновська Н. Є. Маркетинг у туризмі: підручник. Суми: Сумський державний університет, 2020. 270 с.
19. Мальська М. П., Рутинський М. Й., Білоус С. В., Мандюк Н. Л. Економіка туризму: теорія та практика. Київ: Центр учб. л-ри, 2014. 544 с.
20. Махначова Н. М., Семенюк І. Ю., Ременюк І. Ю. Адаптація світових тенденцій брендингу територій до українських запитів. Державне

управління: удосконалення та розвиток. 2020. № 10.  
[http://www.dy.nauka.com.ua/pdf/10\\_2020/35.pdf](http://www.dy.nauka.com.ua/pdf/10_2020/35.pdf) (дата звернення: 30.09.2022).

21. Михайліченко Г. І. Практика організації туристичних подорожей: Навч. посіб. Київ : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2016. 156 с.

22. Музичка Є. О. Управління збутовою діяльністю туристичних підприємств: автореф. ... канд. екон. наук 08.00.04 – економіка та управління підприємствами (за видами екон. діяльності). Київ, 2015. 25 с.

23. Ониськів В. О. Просування нового товару на ринок. *Вісник Хмельницького національного університету*. 2010. № 5. С. 103-106.

24. Офіційний веб-сайт ТОВ «Туристичний клуб «Бідняжка». URL: <https://tcb.com.ua/> (дата звернення: 30.09.2022).

25. Парк Олександрія + Буки (Храмовий комплекс). ЕтноСвіт. URL: <https://etnosvit.com/uk/tour/aleksandriya-buki/> (дата звернення: 30.09.2022).

26. Парфіненко А. Ю. Туристичний імідж регіону: монографія. Харків: ХНУ імені В. Н. Каразіна, 2018. 312 с.

27. Про затвердження критеріїв, за якими оцінюється ступінь ризику від провадження тур операторської діяльності, що підлягає ліцензуванню: Постанова, затверджена Кабінетом Міністрів України від 19.09.2018. № 747. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/747-2018-%D0%BF#Text> (дата звернення: 30.09.2022).

28. Про затвердження плану заходів з реалізації Стратегії розвитку туризму та курортів на період до 2026 року у 2019 році: Наказ Мінекономрозвитку від 05.03.2019 № 346. URL: <https://www.me.gov.ua/Documents/Detail?lang=uk-UA&id=6a26e5d5-8d4a-47fab4cc-1ed5715c8c27&title=NakazMinekonomrozvitkuVid05-03-2019-346-proZatverdzhenniaPlanuZakhodivZRealizatsiiStrategiiRozvitkuTurizmuTaKurortivNaPeriodDo2026-RokuU2019-Rotsi-&isSpecial=true> (дата звернення: 30.09.2022).

29. Про затвердження річного плану здійснення заходів державного нагляду (контролю) за додержанням ліцензіатів вимог ліцензіатами вимог

Ліцензійних умов провадження тур операторської діяльності: Постанова, затверджена Кабінетом Міністрів України від 24.11.2021 № 1271. URL: <https://mon.gov.ua/ua/npa/pro-zatverdzhennya-richnogo-planu-zdijsnennya-zahodiv-derzhavnogo-naglyadu-kontrolyu-ministerstvom-osviti-i-nauki-ukrayini-na-2022-rik> (дата звернення: 29.09.2022).

30. Про туризм: Закон України, затверджений Верховною Радою України від 15.09.1995 № 324-IV. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/324/95-%D0%B2%D1%80#Text> (дата звернення: 29.09.2022).

31. Святненко В. Маркетингові технології як засіб ефективного розвитку вітчизняних підприємств. *Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка. Економіка*. 2014. № 8(161). С. 44-49.

32. Смаль І. В. Глобальний і регіональний вектори розвитку туризму. *Географія в інформаційному суспільстві: Зб. наук. праць: У 4-х т. Т.4*. Київ: ВГЛ Обрії. 2018. С. 139–145.

33. Соловйов А. О. Інтернет як засіб розвитку туризму. *Культура народів Причорномор'я*. 2018. № 137. С. 73-81.

34. Ткаченко Т. І. Сталий розвиток туризму: від теорії до реалій: матеріали Міжнародної наукової конференції. *Туризм: реалії та перспективи розвитку*, 24 жовт. 2014. Київ : КНТЕУ. С. 41–43.

35. Ткаченко Т. І. Сталий розвиток туризму: теорія, методологія, реалії бізнесу: монографія. Київ: Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2016. 537 с.

36. Шпотюк С., Тревого О. Інтернет маркетинг – переваги та недоліки. URL: [http://ena.lp.edu.ua/bitstream/ntb/53448/2/2019\\_Shpotiuk\\_S-Internet\\_marketynh-perevahy\\_97.pdf](http://ena.lp.edu.ua/bitstream/ntb/53448/2/2019_Shpotiuk_S-Internet_marketynh-perevahy_97.pdf) (дата звернення: 25.09.2022).

37. Щодо розвитку внутрішнього туризму в Україні. Національний інститут стратегічних досліджень. URL: <https://niss.gov.ua/sites/default/files/2020-06/vnutrishniy-turyzm-v-ukraini.pdf>

38. Andrianto T., Sugiana G. The Analysis of Potential 4A's Tourism Component in the Selasari Rural Tourism, Pangandaran. *West Java*. 2016. № 6. Pp. 138-144.
39. Bakar N. A., Rosbi S. Effect of Coronavirus disease (COVID-19) to tourism industry. *International Journal of Advanced Engineering Research and Science*. 2020. № 7(4). Pp. 189-193.
40. Blackbourne A. A. Regional landscape parks as tourist-and-recreational businesses in the context of sustainable development of tourism in Ukraine. *Bulletin DMTB: Economics, organization and management of enterprises in the tourism sector*. 2015. № 9. Pp. 190-196.
41. How to Promote Local Tourism. Break the ice media. URL: <https://breaktheicemedia.com/how-to-promote-local-tourism/> (the date of access: 25.09.2022).
42. Kapferer J.-N. The new strategic brand management: Advanced insights and strategic thinking. Kogan page publishers. 2012. 560 p.
43. Kostynets V., Kostynets Iu., Olshanska, O. Pent-up demand's realization in the hospitality sector in the context of COVID-19. *Journal of International Studies*. 2021. № 14(1). Pp. 89-102.
44. Lukianenko D., Poruchnik A., Stoliarchuk Y., Liutak O. Globalization of the tourism industry: scales, levels and institutional formats. *Problems and Perspectives in Management*. 2019. № 17(2). Pp. 563-574.
45. Manteiro M. C. B. Model Pengembangan Desa Wisata Di Kabupaten Rote Ndao Nusa Tenggara Timur. *Bisman Jurnal Bisnis Dan Manajemen*. 2016. № 2(2). Pp. 93-101.
46. Park Y. A., Gretzel U. Success Factors for Destination Marketing Web Sites: A Qualitative Meta-Analysis. *Journal of Travel Research*. 2017. № 46(1). Pp. 46-63.
47. Polyakov M., Bilozubenko V., Nebaba N., Korneyev M., Saihak Y. Analysis of asymmetry factors in the development of the EU tourism industry. *Innovative Marketing*. 2020. № 16(4). Pp. 117-128.

48. Thevenot G. Blogging as a social media. *Tourism and Hospitality Research*. 2015. № 7(3-4). Pp. 282-289.

49. Zhao M., Zhou J., Mu J. SWOT Research on the Development of Rural Tourism E-Commerce System under the Background of Big Data Era. *Mobile Information Systems*. 2021. № 5. Pp. 43-55.

50. Zheng X., Gretzel U. Role of social media in online travel information search. *Tourism Management*. 2010. № 31. Pp. 179-188.

51. Шеліпов А. Теоретичні аспекти просування регіонального туристичного продукту на національний ринок. *Актуальні проблеми ефективного соціально-економічного розвитку України: пошук молодих* : Зб. матеріалів XI Всеукр. студ. наук.-практ. конф. (м. Вінниця, 23 квітня 2022 р.). Вінниця : ВРР ВТЕІ КНТЕУ, 2022. Вип. 153. С. 173-182. URL : <http://www.vtei.com.ua/doc/11konf/zb20.pdf>

52. Шеліпов А. Механізм та інструменти просування регіонального туристичного продукту на національний ринок. *Менеджмент XXI століття: сучасні моделі, стратегії, технології* : Зб. наук. пр. IX Всеукр. наук.-практ. Інтернет-конф. (м. Вінниця, 6 жовтня 2022 р.). Вінниця : ВРР ВТЕІ КНТЕУ, 2022. Ч. 2. С. 559-567. URL : <http://www.vtei.com.ua/doc/2022/konf0610/zb2.pdf>