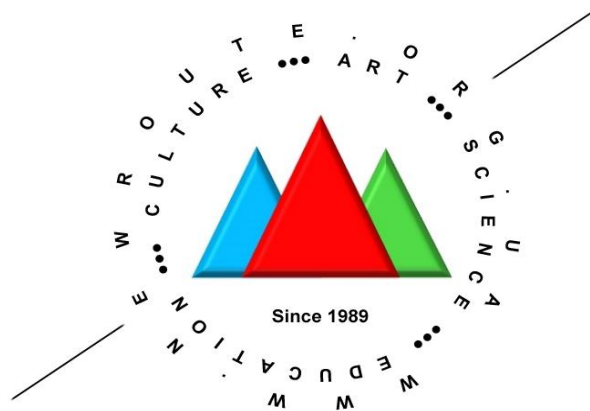


ISSN 2710-1177 (online)

DOI: 10.61718/crp



КРЕАТИВНИЙ ПРОСТІР

Науковий журнал

Електронне видання

2023 • № 16

Освіта	Автоматизація та приладобудування
Культура і мистецтво	Хімічна та біоінженерія
Гуманітарні науки	Електроніка та телекомунікації
Богослов'я	Виробництво та технології
Соціальні та поведінкові науки	Архітектура та будівництво
Журналістика	Аграрні науки та продовольство
Управління та адміністрування	Ветеринарна медицина
Право	Охорона здоров'я
Біологія	Соціальна робота
Природничі науки	Сфера обслуговування
Математика та статистика	Воєнні науки
Інформаційні технології	Національна безпека
Механічна інженерія	Цивільна безпека
Електрична інженерія	Транспорт



КРЕАТИВНИЙ ПРОСТІР

НАУКОВИЙ ЖУРНАЛ

- Засновано 2020 року. Журнал є мультидисциплінарним науковим виданням. Міжнародний стандартний номер періодичного видання ISSN 2710-1177 (online). Засновник та видавець: Соціально-гуманітарна науково-творча майстерня «Новий курс» (засновано 1989 року). Свідчення про внесення суб'єкта видавничої справи до державного реєстру видавців, виготовлювачів і розповсюджувачів видавничої продукції ДК № 8013 від 22.11.2023 (зарєєстровано у глобальному реєстрі видавців Global Register of Publishers). Зареєстровано у Crossref із префіксом 10.61718 з правом присвоєння власних DOI.
- Контент розміщується в базі даних інформаційного ресурсу «Наукова періодика України» Національної бібліотеки України імені В. І. Вернадського, в пошуковій системі наукових публікацій «Google Scholar», в репозитарії на сайті засновника СГ НТМ «Новий курс». Індексуються за показниками h-індекс (Google Scholar), i10-індекс (Google Scholar).
- Включено до каталогу наукових ресурсів відкритого доступу ROAD, до академічної бази даних ResearchBid, до бази наукових публікацій Google Scholar, до каталогу наукової періодики України з питань освіти, педагогічної, психологічної та соціальних наук Державної науково-педагогічної бібліотеки України імені В. О. Сухомлинського Національної академії педагогічних наук України, до реєстру наукових видань України державної наукової установи України «Український інститут науково-технічної експертизи та інформації».
- Публікація в журналі є науковою працею, яка опублікована у вітчизняному науковому періодичному виданні та підтверджує апробацію наукових досліджень автора. Журнал не входить до переліку фахових видань України. Журнал є мультидисциплінарним науковим виданням за наступною тематикою: освіта, фізична культура, спорт, культура і мистецтво, релігійство, історія, археологія, філософія, культурологія, журналістика, філологія, богослов'я, економіка, політологія, психологія, соціологія, міжнародні відносини, суспільні комунікації, соціальна робота, соціальне забезпечення, регіональні студії, публічне управління, адміністрування, право, цивільна та національна безпека, кібербезпека, облік, оподаткування, фінанси, банківська справа, страхування, менеджмент, маркетинг, підприємництво, торгівля, біржова діяльність, легка промисловість, видавництво, поліграфія, готельно-ресторанна справа, туризм. Автори несуть відповідальність за зміст (авторство та самостійність досліджень), точність та достовірність викладеного матеріалу. Редакція може не поділяти точку зору авторів.
- Наукові публікації оприлюднюються в рамках проведення науково-практичної конференції «Креативна трансформація та модернізація сучасного суспільства», 12 грудня 2023 р., м. Харків, Україна. Розміщення публікації автора у журналі є підтвердженням участі автора у конференції. За результатами проведення конференції автори отримують електронний сертифікат (6 годин – 0.2 ECTS credits). Сертифікати оприлюднюються на сайті видавця (згідно Порядку підвищення кваліфікації педагогічних і науково-педагогічних працівників, затвердженого постановою Кабінету Міністрів України від 21 серпня 2019 р. № 800).

Редакційна колегія:

Кучин Сергій Павлович, доктор економічних наук, професор, СГ НТМ «Новий курс» (головний редактор).
Акіншина Ірина Миколаївна, кандидат філологічних наук, доцент, Луганський національний університет імені Тараса Шевченка.
Березовська-Чміль Олена Борисівна, кандидат політичних наук, доцент, Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника.
Внукова Ольга Миколаївна, кандидат педагогічних наук, доцент, Київський національний університет технологій та дизайну.
Гетьман Ірина Анатоліївна, кандидат технічних наук, доцент, Донбаська державна машинобудівна академія.
Гришко Світлана Вікторівна, кандидат географічних наук, доцент, Мелітопольський державний педагогічний університет імені Богдана Хмельницького.
Доброєр Наталія Вікторівна, кандидат культурології, доцент, Національний університет «Одеська політехніка».
Дубовик Наталія Анатоліївна, кандидат політичних наук, доцент, Державний університет інформаційно-комунікаційних технологій.
Єрошенко Олена Віталіївна, кандидат мистецтвознавства, доцент, Харківська державна академія культури.
Калініна Ольга Сергіївна, кандидат культурології, Харківська гуманітарно-педагогічна академія.
Карпинський Борис Андрійович, доктор економічних наук, професор, Львівський національний університет імені Івана Франка.
Кислюк Любов Вікторівна, канд. наук із соц. ком., доц., Національний аерокосмічний університет ім. М. Є. Жуковського «Харківський авіаційний інститут».
Кожедуб Олена Василівна, кандидат соціологічних наук, доцент, Київський національний університет імені Тараса Шевченка.
Коробчук Людмила Іванівна, кандидат педагогічних наук, доцент, Луцький національний технічний університет.
Кучин Павло Захарович, заслужений артист України, Харківська державна академія культури.
Кучина Тетяна Ігорівна, магістр з маркетингу, СГ НТМ «Новий курс» (відповідальний секретар).
Мкртічян Оксана Альбертівна, доктор педагогічних наук, доцент, Харківський національний педагогічний університет імені Г. С. Сковороди.
Пашкова Надія Ігорівна, кандидат філологічних наук, доцент, Київський національний лінгвістичний університет.
Підлісна Ольга Вікторівна, кандидат мистецтвознавства, доцент, Харківський національний університет міського господарства імені О. М. Бекетова.
П'ятакова Галина Павлівна, доктор педагогічних наук, доцент, Львівський національний університет імені Івана Франка.
Рассомахіна Ольга Андріївна, кандидат юридичних наук, Європейський університет.
Сафонова Наталія Анатоліївна, кандидат філологічних наук, доцент, Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара.
Стефанишин Олена Василівна, кандидат історичних наук, доцент, Західноукраїнський національний університет.
Сторож Олена Василівна, кандидат психологічних наук, доцент, Рівненський державний гуманітарний університет.
Тарасюк Лариса Сергіївна, доктор філософських наук, професор, Таврійський національний університет імені В. І. Вернадського.
Тополевський Віктор Юрійович, кандидат педагогічних наук, доцент, Харківська державна академія культури.
Федоренко Микола Олександрович, кандидат філософських наук, доцент, Національна музична академія імені П. І. Чайковського.
Харченко Артем Вікторович, кандидат історичних наук, доцент, Харківський національний університет мистецтв імені І. П. Котляревського.
Хожило Ірина Іванівна, доктор наук з держ. упр., канд. медичних наук, Національний технічний університет «Дніпровська політехніка».
Ціватий Вячеслав Григорович, канд. істор. наук, доц., засл. працівник освіти України, Київський національний університет імені Тараса Шевченка.
Шевчук Інна Володимирівна, доктор наук з державного управління, доцент, Хмельницький університет управління та права імені Леоніда Юзькова.
Шептуха Олена Михайлівна, кандидат економічних наук, доцент, Харківський національний університет міського господарства імені О. М. Бекетова.
Штулер Ірина Юріївна, доктор економічних наук, професор, Національна академія управління.

УДК 001

K79

Креативний простір: електрон. наук. журн. – № 16. – Харків: СГ НТМ «Новий курс», 2023. – 183 с.

© СГ НТМ «Новий курс», 2023

© Автори, 2023

Розділ четвертий.

Публічне управління, адміністрування, право, цивільна та національна безпека, кібербезпека.

<i>Бадалян Анастасія Геннадіївна</i> ОСОБЛИВОСТІ ЕМОЦІЙНОЇ КОМПЕТЕНТНОСТІ ОБДАРОВАНОГО ПІДЛІТКА	... 98
<i>Стефанович Павло Іванович, Проданчук Альона Василівна, Мельник Альбіна Миколаївна</i> ЗАХИСТ ОСОБОВОГО СКЛАДУ ВІД УРАЖЕННЯ СУПРОТИВНИКОМ	... 100
<i>Шевченко Карина Анатоліївна</i> ПРАВО НА ЖИТТЯ ЗА НОРМАМИ МІЖНАРОДНОГО ПРАВА	... 109
<i>Лазебний Анатолій Миколайович, Кирієнко Катерина Сергіївна, Ключ Ельвіра Олександрівна</i> РЕГЛАМЕНТАЦІЯ ВИКОРИСТАННЯ СПЕЦІАЛЬНИХ ЗНАНЬ ПІД ЧАС РОЗСЛІДУВАННЯ КРИМІНАЛЬНИХ ПРАВОПОРУШЕНЬ ПРОТИ ДОВКІЛЛЯ	... 110
<i>Марченко Максим Олександрович, Чорна Аліна Геннадіївна</i> ПОНЯТТЯ ТА СКЛАД КРАДІЖКИ, ПОЄДНАНОЇ ІЗ ПРОНИКНЕННЯМ У ЖИТЛО, ІНШЕ ПРИМІЩЕННЯ ЧИ СХОВИЩЕ	... 114
<i>Сенченко Андрій Олександрович</i> ОСОБЛИВОСТІ РИНКУ ПРАЦІ В УМОВАХ ПРАВОВОГО РЕЖИМУ ВОЄННОГО СТАНУ В УКРАЇНІ	... 115
<i>Якименко Павло Павлович</i> ПРОБЛЕМНІ ПИТАННЯ ДОТРИМАННЯ ТРУДОВИХ ПРАВ ПРАЦІВНИКІВ В УМОВАХ ВОЄННОГО СТАНУ В УКРАЇНІ	... 118
<i>Андрющенко Ірина Сергіївна, Сичова Вероніка Андріївна</i> ОСОБЛИВОСТІ ДЕРЖАВНОГО РЕГУЛЮВАННЯ ЕЛЕКТРОЕНЕРГЕТИЧНОГО СЕКТОРУ УКРАЇНИ	... 122
<i>Фарбей Юлія Володимирівна</i> ЛІДЕРСТВО В ПУБЛІЧНОМУ УПРАВЛІННІ: ОСНОВНІ ЯКОСТІ ЛІДЕРА ТА ЗАСОБИ ЇХНЬОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ	... 125
<i>Юрчишин Денис Михайлович</i> УСКЛАДНЕННЯ У ХОДІ РОЗГЛЯДУ ЦИВІЛЬНИХ СПРАВ	... 126

Розділ п'ятий.

Облік, оподаткування, фінанси, банківська справа, страхування, менеджмент, маркетинг, підприємництво, торгівля, біржова діяльність, легка промисловість, видавництво, поліграфія, готельно-ресторанна справа, туризм.

<i>Лопачук Анастасія Андріївна, Козьміна Катерина Вячеславівна</i> ВИКОРИСТАННЯ МЕТОДІВ ФІНАНСОВОЇ ДІАГНОСТИКИ В ПРОГНОЗУВАННІ БАНКРУТСТВА ПІДПРИЄМСТВА	... 128
<i>Іванов Денис Анатолійович, Ханас Уляна Ярославівна</i> ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ КРУЇЗНОГО ТУРИЗМУ КАРИБСЬКОГО РЕГІОНУ	... 130
<i>Воробець Крістіна Василівна, Ханас Уляна Ярославівна</i> ПОЗИЦІЮВАННЯ ТУРИЗМУ МАЛОПОЛЬСЬКІ НА РИНКУ ТУРИСТИЧНИХ ПОСЛУГ ПОЛЬЩІ	... 134
<i>Моргун Єгор Анатолійович</i> ВАЖЛИВІСТЬ РЕКЛАМНИХ СТРАТЕГІЙ ТА ЇХ УДОСКОНАЛЕННЯ У СУЧАСНОМУ СВІТІ	... 137
<i>Задачін Денис Олександрович</i> КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ КОМПАНІЇ ПРАТ «ОБОЛОНЬ» У ЦИФРОВІЙ СФЕРІ	... 139
<i>Нанкале Пауло</i> СТРАТЕГІЧНЕ ПЛАНУВАННЯ ДІЯЛЬНОСТІ МІЖНАРОДНОГО БІЗНЕСУ	... 141
<i>Дзюбак Анастасія Сергіївна</i> КРЕАТИВНІ ТЕХНОЛОГІЇ ЯК ДРАЙВЕРИ РОЗВИТКУ ІНДУСТРІЇ ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ	... 144
<i>Ushkarenko Iuliia Viktorivna</i> ROLE AND PLACE OF THE CREATIVE WORKER IN THE SYSTEM OF SOCIAL-LABOR RELATIONS	... 146
<i>Дашивець Інна Олександрівна</i> ОСОБЛИВОСТІ РОЗРОБКИ І РЕАЛІЗАЦІЇ ТУРИСТИЧНОГО КЕЙСУ «ЛЕГЕНДИ ЛЬВОВА: ШЛЯХАМИ КУЛЬТУРНОЇ СПАДЩИНИ»	... 148

Воробець Крістіна Василівна / Kristina Vorobets

Державний вищий навчальний заклад «Ужгородський національний університет»

Ханас Ульяна Ярославівна / Ulyana Khanas

Кандидат філософських наук, доцент

ORCID:0000-0002-8691-3809

Державний вищий навчальний заклад «Ужгородський національний університет»

ПОЗИЦІЮВАННЯ ТУРИЗМУ МАЛОПОЛЬСЬКОГО ВОЄВОДСТВА НА РИНКУ ТУРИСТИЧНИХ ПОСЛУГ ПОЛЬЩІ

POSITIONING OF MALOPOLSKA TOURISM IN THE TOURIST MARKET OF POLAND

У статті проаналізовано позиціювання Малопольського воєводства на туристичному ринку Польщі. Розглянуто маркери, що свідчать про позитивну динаміку розвитку туризму. Серед передумов, що забезпечують позитивну динаміку ресурсний потенціал, що є основою для створення унікальних аутентичних туристичних продуктів привабливих для туристів. Ключові слова: туристичні ресурси, туристична привабливість, туристичний ринок, Малопольське воєводство.

Актуальність дослідження. У сучасному світі конкуренція на туристичному ринку надзвичайно жорстка, а соціальний, економічний та культурний розвиток регіону значною мірою залежить від успішного позиціювання його туристичних регіонів. Малопольща як один з ключових туристичних регіонів Польщі має великий конкурентоспроможний потенціал для подальшого розвитку туризму. Унікальні туристичні пропозиції Малопольщі, такі як культурні пам'ятки, природні заповідники, традиційні заходи та гастрономічні особливості, сприяють привабливості регіону для відвідувачів. А зміни туристичних уподобань та їх підвищений інтерес до унікальних та аутентичних туристичних практик вимагають від регіону створювати нові можливості для просування туристичних напрямків, адаптуватися до сучасних тенденцій, що дозволяє ефективно взаємодіяти з потенційними туристами та забезпечити їх стабільний приплив. Врахування конкуренції й ринкових тенденцій може слугувати основою для розробки ефективних партнерських угод та стратегій розвитку туристичного сектору в регіонах України, що сприятиме залученню нових туристів та створенню передумов для стійких економічних вигод.

Польща, офіційна назва Республіка Польща, є республікою в Центральній Європі, що складається з 16 адміністративних областей, 308 адміністративних районів і 2489 адміністративних районів.

Туризм у Польщі почав зароджуватися в середині 1980-х років зі створенням перших приватних туристичних агентств. Туристичні ресурси, економічне зростання, державна політика та сприятливий інвестиційний клімат забезпечили стабільний та динамічний розвиток туристичного сектору, про що свідчить кількість міжнародних туристичних прибуттів та туристичних надходжень (рис. 1). У 2018 році Польща посіла 19 місце у рейтингу найбільш відвідуваних країн світу також доводить, що динаміка розвитку туризму є успішною.



Рис. 1. Динаміка міжнародних туристичних прибуттів та прибутків у Польщі у 2010-2019 рр. (складено авторкою на основі [1])

У 2019 році туризм становив 6% ВВП, але потенціал набагато більший. У 2020 році Польща, як і решта світу, пережила різкий спад міжнародних туристичних прибуттів і доходів через епідемію Covid 19. У глобальному масштабі ці показники впали на 72% (-1,1 млрд) та 63% (-935 млрд доларів США)

відповідно [1]. Попри складну економічну ситуацію та негативний вплив агресії Росії проти України, у міжнародному туризмі спостерігається позитивна тенденція, і на сьогодні (включаючи 2023 рік) глобальні показники (% показників у порівнянні з 2019 роком): кількість прибуттів – 963 млн (-20%), доходи – 1 031 млн доларів США (-31%) [2].

У Польщі спостерігається позитивна тенденція в туризмі з 2021 по 2022 рік та перший квартал 2023 року, хоча відновлення до стану 2019 року ще не відбулося. Окрім негативного фактору пандемії коронавірусу, існує додатковий фактор ризику російського вторгнення в Україну, оскільки Польща є сусідом України й важко передбачити поведінку агресора та коли закінчиться конфлікт. Збройний конфлікт має також економічні аспекти, зокрема, підвищення цін на нафту, зростання інфляції, можливість підвищення відсоткових ставок та перебоїв в ланцюжку постачання, що вплине на економічні умови та довіру споживачів у 2023 році.

З метою аналізу польського туристичного ринку та сегменту Малопольського регіону на ньому ми використали дані Центрального статистичного управління Польщі (Główny Urząd Statystyczny, далі GUS) [3] та Управління Малопольського автономного регіону в Кракові [4, 5], а також статистичні дані та аналітичні звіти з туризму POT [6].

Загалом, аналіз первинних даних GUS за 2020-2022 роки показує, що відновлення туризму є стабільним до рівня 2019 року. Після рекордного падіння показника у 2020 році, у 2021 році було зафіксовано зростання, яке триває й досі: у 2021 році поляки здійснили загалом 62,6 млн туристичних поїздок, що на 18,1% більше, ніж у 2020 році, з яких 55,1 млн внутрішні поїздки та 7,5 млн - міжнародні поїздки. Витрати на подорожі склали 57,7 млрд злотих (на 19,5% більше, ніж у 2020 році), з них 31,9 млрд злотих на внутрішні поїздки та 25,7 млрд злотих на міжнародні поїздки; у 2021 році Польщу відвідає 51 мільйон іноземців, які витратять загалом 28,6 млрд злотих. Динаміка змін кількості туристів (млн) та кількості ночівель (млн) у польських засобах розміщення у 2020-2022 роках показана на рисунку 2.

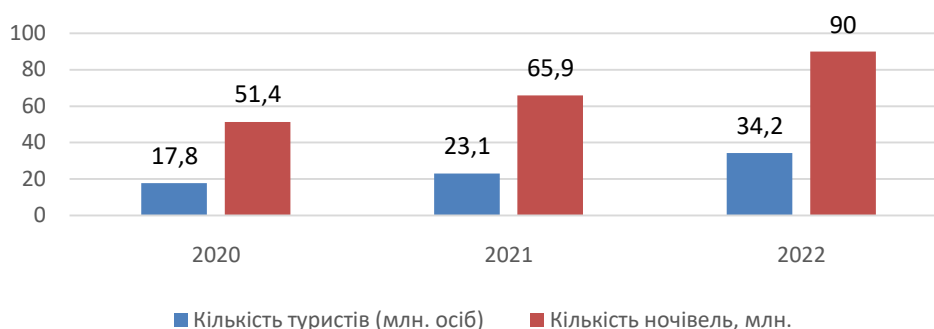


Рис. 2. Ночівлі, надані туристам у закладах розміщення Польщі у 2020-2022 рр. (складено авторкою на основі [3])

У 2022 році найбільша кількість туристів зупинилася в засобах розміщення в Мазовецькому воєводстві (5,9 мільйона), відтак у Малопольському (5,2 мільйона), а також наступні регіони з чисельністю понад 3 мільйони: Нижня Сілезія (3,7 мільйона), Західнопоморському та Поморському (по 3,3 мільйона). Крім того, Малопольський регіон посідає друге місце за кількістю ліжок-місць (97,9 тис. ліжок, з яких 91,8% доступні цілий рік) [3].

Рационалізація внутрішнього туристичного ринку призвела до збільшення кількості внутрішніх туристів і відповідного зменшення кількості міжнародних туристів. Тенденція до переважання виїзних потоків над вїзними, яка домінувала в структурі міжнародного туризму протягом майже всього періоду становлення, поступово змінюється на протилежну, що може свідчити про стабілізацію польського внутрішнього туристичного ринку [7]. Водночас про зростання інтересу іноземців до Польщі свідчать темпи зростання в'їзного туристичного потоку.

Привабливість туризму пов'язана з диверсифікацією туристичних продуктів. Трекінгові тури, гірськолижні курорти в Бещадах, відпочинок на узбережжі Балтійського моря та культурно-пізнавальні тури є значно дешевшими, ніж в інших країнах-членах ЄС. Що стосується історичних та культурних ресурсів, Польща також може багато чого запропонувати. Один із прикладів, це 17 об'єктів, внесених до списку ЮНЕСКО, з яких 5 розташовані на території Малопольщі: історичний центр Кракова, Королівські копальні Величка і Бохня, табір Аушвіц-Біркенау, архітектурно-ландшафтний комплекс 17 століття і місце паломництва Кальварія Зебжидовська, а також сім дерев'яних церков.

Малопольське воєводство одне з 16 воєводств на карті Польщі, адміністративним центром якого є Краків. За кількістю туристів та доходами від туризму воєводство посідає друге місце на польському туристичному ринку завдяки: курортам (Криниця Здруй, Мушина, Північна Здруй, Рабка Здруй, Секова, Щавниця, Устьє Горліцке, Величка); найстарішим соляним копальням Європи Бохня і Величка; всесвітньо відомим місцям Аушвіц-Біркенау та Краків; релігійним об'єктам: Карварія Зебжидовська, архітектурно-ландшафтний комплекс та місце паломництва з 17 століття, місце народження Папи Івана Павла II Вадовіце; центру гірськолижного туризму – Закопане, національним паркам: Магурський, Ойцовський, П'єнинський, Татранський, Бабогурський, Горчанський; паркам розваг, фестивалів, виставкам, конференціям, сучасній розгалуженій інфраструктурі, транспортній доступності та багато іншому. Особливе місце серед найбільш відвідуваних місць Малопольщі та й всієї країни належить Кракову, що є одним із найстаріших міст Польщі, з тисячолітньою історією, багатою культурною та архітектурною спадщиною, сучасний освітній центр та столиця Малопольщі.

Для виокремлення вагомості Малопольського воєводства, на туристичному ринку Польщі, наведемо аналіз відвідування атракційних об'єктів у 2021 році, таблиця 1. Аналіз поданий у розрізі воєводств, які в Польщі вважаються туристичними регіонами та за типами пам'яток. Застосований поділ на: природні пам'ятки, пам'ятки культурної спадщини, розваги, аквапарки, тематичні парки та івенти – відповідає типології атракцій, запропонованій Swarbrooke (2002.). Проаналізовано об'єкти, що надали звіт про їх відвідування і тільки ті з них де кількість відвідувань понад 1000 (такі об'єкти мають статус регіонального значення і вище, інші місцевого) [6].

З наведеної в таблиці інформації можемо констатувати, що за кількістю атракційних об'єктів Малопольське воєводство займає перші позиції, його частка 178 об'єктів з 1175 у всій Польщі, тобто 15,15%.

Таблиця 1

Кількість відвідуваних атракційних об'єктів за типами та воєводствами у 2021 році [6]

Воєводство	Всього	Природні об'єкти	Пам'ятки культурної спадщини		Парки розваг, аквапарки, тематичні	Івенти, події, імпрези
			всього	з них музеїв		
Нижньосілезьке	93	17	73	60	3	0
Куявсько-Поморське	51	3	38	34	7	3
Люблінське	53	6	43	41	1	3
Любуське	22	5	16	16	1	0
Лодзинське	53	6	38	38	6	3
Малопольське	178	20	129	121	13	16
Мазовецьке	119	8	109	109	2	
Опольське	25	1	22	18	1	1
Підкарпатське	64	6	49	45	9	0
Підляське	42	10	29	27	1	2
Поморське	95	12	79	79	3	1
Сілезьке	107	13	84	60	9	1
Свентокшиське	73	12	42	39	19	0
Варміно-мазурське	45	4	33	33	4	4
Великопольське	110	11	80	80	17	2
Західнопоморське	45	10	27	27	6	2
<i>Всього</i>	<i>1175</i>	<i>144</i>	<i>891</i>	<i>827</i>	<i>102</i>	<i>38</i>

Як констатують експерти, найбільш відвідуваними об'єктами культурної спадщини є палаци, парки та замки. Серед польських замків лідерами за кількістю відвідувачів у 2021 році стали Королівський замок у Варшаві (1,16 млн) та Вавельський замок у Кракові (1,106 млн), за ними йдуть замок Кусія (437 тис.) та замок Мальборк (390 тис.). Серед найпопулярніших культурно-технічних пам'яток – соляна шахта Величка (736 тис. мешканців) та шахта Бохня (107 тис. мешканців). Ці дві пам'ятки розташовані поблизу Кракова і спільно включені до списку ЮНЕСКО.

У категорії художніх галерей та музеїв за кількістю відвідувачів у 2021 році лідирують: Національна картинна галерея на Вавелі (1281,9 тис.), Королівський замок у Варшаві (1168,8 тис.), Музей Краківської солеварні у Величці (736 тис.), Національний музей у Кракові (679,7 тис.), Меморіал Аушвіц-Біркенау (Малопольське воєводство), який у 2021 році відвідали лише 563 тис. туристів, Краківський музей (491,5 тис.). Замикає десятку найвідвідуваніших музеїв Польщі Музей міського будівництва у Кракові (264,8 тис.).

Іншими словами, до топ-10 найбільш відвідуваних музеїв Польщі входять п'ять музеїв у Кракові та один музей у Малопольському воєводстві [6].

Найбільш відвідуваними, зокрема, у Кракові є природна пам'ятка «Гніздо дракона» (400 тис. відвідувачів), Зоопарк (500 тис. відвідувачів), Експериментальний сад Станіслава Лема (251 тис. відвідувачів), Водний парк (500 тис. відвідувачів), заходи, що входять до циклу подій «Краківські ночі» (Ніч музеїв, Ніч театрів, Ніч джазу, Ніч поезії), які у 2021 році відвідало 82 тис. осіб; Фестиваль єврейської культури (44 тис.), Фестиваль «Юроманія» – Фестиваль Краківської Ченстоховської Юри [6]. Всі ці атракції займають перше місце серед польських атракцій. І це далеко не повний перелік популярних туристичних об'єктів Малопольщі.

Таким чином, вагому частку на польському туристичному ринку займає Малопольське воєводство.

Джерела:

1. UNWTO World Tourism Barometer (2010-2020). URL: <https://www.unwto.org/unwto-world-tourism-barometer-data> (дата звернення: 11.11.2023).
2. World Tourism Barometer (PPT version). Volume 21 Issue 2 May 2023. URL: <http://surl.li/hnhoq> (дата звернення: 11.11.2023).
3. Główny Urząd Statystyczny. Analizy statystyczne. Warszawa, Rzeszów 2022. URL: <https://stat.gov.pl/obszary-tematyczne/kultura-turystyka-sport/turystyka/turystyka-w-2021-roku,1,19.html> (дата звернення: 12.11.2023).
4. Ministerstwo Rozwoju. Departament Turystyki. URL: <https://www.gov.pl/web/rozwoj/departament-turystyki> (дата звернення: 14.11.2023).
5. Turystyka w województwie małopolskim w latach 2018 i 2019. Urząd Statystyczny w Krakowie. URL: <https://stat.gov.pl/obszary-tematyczne/kultura-turystyka-sport/turystyka/turystyka-w-województwie-malopolskim-w-latach-2018-i-2019>.pdf (дата звернення: 14.11.2023).
6. Polska Organizacja Turystyczna: веб-сайт. URL: <https://www.pot.gov.pl/pl/o-pot/informacje-o-pot> (дата звернення: 14.11.2023).
7. Чир Н. В. Міжнародний ринок туристичних послуг Польщі: реалії та перспективи розвитку / Н. В. Чир, І. В. Єрмо, А. В. Мельник // Перспективи розвитку туризму в Україні та світі: управління, технології, моделі: кол. монографія / за наук. ред. Л. Ю. Матвійчук. Луцьк: ІВВ Луцького НТУ, 2019. С. 277-295.

Моргун Єгор Анатолійович

Харківський національний університет імені В.Н. Каразіна

Науковий керівник: Гонгарева Ірина В'ячеславівна, доктор економічних наук, професор,
Харківський національний університет імені В.Н. Каразіна

ВАЖЛИВІСТЬ РЕКЛАМНИХ СТРАТЕГІЙ ТА ЇХ УДОСКОНАЛЕННЯ У СУЧАСНОМУ СВІТІ

В сучасному світі, насиченому конкуренцією та швидкими змінами, важливість удосконалення рекламних стратегій для підприємств стає критичною складовою успішного бізнесу. Реклама, що розуміється як ефективний засіб взаємодії із споживачем, не лише виступає каталізатором створення позитивного образу компанії, але й визначає її конкурентну перевагу в умовах споживчого оточення, яке постійно змінюється. У контексті нескінченних можливостей цифрового світу та зростаючого впливу соціальних мереж, рекламна стратегія стає необхідним інструментом для вивчення та залучення цільової аудиторії. Вдосконалення рекламної стратегії включає в себе не лише використання передових маркетингових технологій, але й глибокий аналіз споживчих уподобань, формування емоційної зв'язаності із брендом, та високоточне спрямування повідомлень до цільової аудиторії. Справедливо вважати, що рекламна стратегія визначає не лише популярність бренду, але й його взаємодію з ринком, створюючи унікальний образ та конкурентоспроможні переваги. Ключові слова: імідж компанії, реклама, рекламна стратегія, конкурентоспроможність, рекламні тренди, вдосконалення.

Рекламні стратегії відіграють значну роль у формуванні позитивного іміджу підприємства та у залученні уваги споживачів. Вони дозволяють підприємствам створити унікальний образ, який виділяє їх серед конкурентів, що реалізується за допомогою оригінального дизайну, слоганів та інших маркетингових елементів. Це сприяє відрізненню підприємства в очах споживачів та покращує його візуальну ідентифікацію. Рекламні кампанії часто спрямовані на викликання емоційної реакції у споживачів. Адже позитивні емоції у споживачів часто асоціюються з компанією та товарами, які були відображені чи прорекламовані. Реклама може слугувати інструментом для привертання уваги клієнтів до конкретних продуктів та послуг, за допомогою розкриття їх переваг та роблячи товар більш привабливим для цільової аудиторії. Деякі рекламні кампанії можуть бути спрямовані на взаємодію через соціальні мережі, коментарі та фідбек, та бути засобом активного спілкування з аудиторією, допомагаючи підсилити взаємодію та зміцнити зв'язок з клієнтами. Реклама має суттєвий вплив на зростання обсягів продажів та розвиток збутових стратегій підприємства, який можна розглядати з різних кутів. Реклама може ефективно інформувати споживачів про акції, знижки та спеціальні пропозиції, що має прямий вплив на результати збуту, завдяки збільшенню інтересу та залученню клієнтів. При застосуванні торгових стратегій, таких як введення нових товарів, розширення асортименту чи розташування товарів у різних сегментах ринку, реклама може відіграти ключову роль у підтримці та посиленні вищезазначених торгових стратегій. Виділяючи переваги своєї продукції на фоні аналогічних товарів на ринку у своїй рекламі може підвищити конкурентоспроможність та стійкість вашої компанії на

Наукове видання

КРЕАТИВНИЙ ПРОСТІР

Науковий журнал

Електронне видання

№ 16



ISSN 2710-1177 (online)

DOI: 10.61718/crp

Видання українською та англійською мовами

Опубліковано на основі ліцензії Creative Commons Attribution License



Відповідальний секретар – Кучина Т. І.

Формат 60x90 1/8, А4

Гарнітура «Times New Roman»

Авторські аркуші – 19,00



Видавець

СГ НТМ «Новий курс»

Пр. Перемоги, 77, оф. 179, 61174, Україна

Тел.: +380962250903, +380500301905

Telegram, Viber: +380970440309

Сайт: www.newroute.org.ua

Свідоцтво про внесення суб'єкта видавничої справи до
Державного реєстру видавців, виготовлювачів і розповсюджувачів
видавничої продукції ДК № 8013 від 22.11.2023

Зареєстровано у Global Register of Publishers