

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
КИЇВСЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ КУЛЬТУРИ
КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
КУЛЬТУРИ І МИСТЕЦТВ

**«УКРАЇНА У СВІТОВИХ
ГЛОБАЛІЗАЦІЙНИХ ПРОЦЕСАХ:
КУЛЬТУРА, ЕКОНОМІКА, СУСПІЛЬСТВО»**

**V МІЖНАРОДНА НАУКОВО-ПРАКТИЧНА
КОНФЕРЕНЦІЯ**

22–23 березня 2023 року

Реєстрація Міністерства освіти і науки України
Лист ІМЗО №21/08-53 від 19.01.2023

Тези доповідей

Частина 3

КИЇВ 2023

УДК 33+316.7](477)
Е 457

*Друкується за рішенням Вченої ради
Київського університету культури
(протокол № 9 від 6 березня 2023 р.)*

Україна у світових глобалізаційних процесах: культура, економіка, суспільство: тези доповідей Міжнар. наук.-практ. конф., Київ, 22–23 березня 2023 р. / М-во освіти і науки України; Київ. ун-т культури, Київ. нац. ун-т культури і мистецтв. Київ: Вид. центр КНУКіМ, 2023, Част. 3 214 с.

Збірник містить наукові тези Міжнародної науково-практичної конференції «Україна у світових глобалізаційних процесах: культура, економіка, суспільство», яка відбулася 22–23 березня 2023 р. Співорганізатори: Інститут модернізації змісту освіти; Батумський державний університет мистецтв, Грузія; Вища школа менеджменту у Варшаві, Польща. Матеріали охоплюють певні підсумки наукових досліджень провідних учених України та країн-учасниць конференції, а також доробки докторантів, аспірантів, магістрантів і будуть цікавими й корисними для широкої наукової громадськості, фахівців економічної та соціокультурної сфери, викладачів, аспірантів, студентів.

Матеріали подано в авторській редакції
©Київський університет культури, 2023
© Автори тез, 2023

ЗМІСТ
Секція 5
ІНДУСТРІЯ ГОСТИННОСТІ
ЯК ВАЖЛИВИЙ ЧИННИК ЕКОНОМІЧНОГО
ТА СОЦІАЛЬНО-КУЛЬТУРНОГО РОЗВИТКУ УКРАЇНИ

<i>Kobielieva T. O., Pererva P. G.</i>	FORMATION OF THE PRINCIPLES OF PRICING POLICY OF ENTERPRISES OF THE HOSPITALITY INDUSTRY	9
<i>Mekhovich S. A., Pererva P. G.</i>	PROSPECTS FOR THE DEVELOPMENT OF INTERNATIONAL TOURISM IN UKRAINE	12
<i>Shapoval V. S Pererva P. G.</i>	CHARACTERISTICS OF THE SPECIFIC FEATURES OF MARKETING IN TOURISM	16
<i>Tkachov M. M, Pererva P. G.</i>	PROBLEMS AND PROSPECTS OF DEVELOPMENT OF SPACE TOURISM	19
<i>Volchenko A. S., Pererva P. G.</i>	HOTEL INDUSTRY AS A COMPLEX COMPONENT OF THE TOURISM AND HOSPITALITY INDUSTRY	22
<i>Антоненко А. В., Дзюндзя О. В.</i>	ІННОВАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ НАПОЇВ У РЕСТОРАННОМУ ГОСПОДАРСТВІ	25
<i>Антоненко В.С., Доскїч М. А.</i>	ПРОБЛЕМИ СТВОРЕННЯ «ДОСТУПНОГО СЕРЕДОВИЩА» ДЛЯ ІНКЛЮЗИВНИХ ТУРИСТІВ В УКРАЇНІ	28
<i>Антоненко А. В., Стукальська Н. М.</i>	ІННОВАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ БОРОШНЯНИХ СТРАВ У РЕСТОРАННОМУ ГОСПОДАРСТВІ	31
<i>Батченко Л. В., Петришин І. Я., Яцура О. В.</i>	АНАЛІЗУВАННЯ СОЦІОКУЛЬТУРНИХ ПРОЦЕСІВ У БІЗНЕСІ	34
<i>Беляк А. О.</i>	ЕКОНОМІЧНЕ ТРАКТУВАННЯ ДЕФІНІЦІЇ «СФЕРА ГОСТИННОСТІ»: ДОСВІД СПОЛУЧЕНОГО КОРОЛІВСТВА	36
<i>Бовш Л. А., Расулова А. Г., Ткачук Т. М.</i>	ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ РЕСТОРАННОГО БРЕНДУ	39
<i>Бровенко Т. В., Бобиренко В.</i>	ВПРОВАДЖЕННЯ ЕКОЛОГІЧНИХ ПРАКТИК У ЗАКЛАДАХ РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА	42
<i>Бровенко Т. В., Опанасенко А. С.</i>	ІННОВАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ У ЗАКЛАДАХ РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА	44
<i>Бровенко Т. В., Спорник В. А.</i>	ІННОВАЦІЙНІ КОНЦЕПЦІЇ ЯК АДАПТИВНА РЕАКЦІЯ РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ ДО СУЧАСНИХ ВИКЛИКІВ	46

<i>Василенко О. В., Киричата В. В.</i>	ОСОБЛИВОСТІ ОБСЛУГОВУВАННЯ СПОЖИВАЧІВ У ЗАКЛАДАХ РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА ПІД ЧАС ВОЄННОГО СТАНУ	48
<i>Василенко О. В., Пуць В. Б.</i>	ФОРМУВАННЯ СТРАТЕГІЇ РОЗВИТКУ БІЗНЕСУ В СУЧАСНИЙ УМОВАХ	50
<i>Верезомська І. Г., Остапенко А. В.</i>	КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ ЯК ЧИННИК ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ФУНКЦІОНУВАННЯ ГОТЕЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВ	53
<i>Верезомська І. Г., Потапчук О. В.</i>	РОЛЬ ІНДУСТРІЇ ГОСТИННОСТІ У СПРИЯННІ ЕКОНОМІЧНОМУ ТА СОЦІАЛЬНО-КУЛЬТУРНОМУ РОЗВИТКУ В УКРАЇНІ: МОЖЛИВОСТІ ТА ВИКЛИКИ	55
<i>Голубець І. М., Ковальчук Я. М.</i>	КЛЮЧОВІ МЕТОДИ МОТИВАЦІЇ ПЕРСОНАЛА РЕСТОРАНУ	57
<i>Гуца Є. А., Кутухова К. А.,</i>	КОНЦЕПЦІЯ ЕКОШИК ЯК НОВИЙ ТРЕНД ІНДУСТРІЇ ГОСТИННОСТІ	60
<i>Дашивець І. О., Романенко О. О., Плецан Х. В.</i>	TRENDS OF THE EXISTENCE OF CULTURAL TOURISM IN UKRAINE IN THE CONDITIONS OF WAR AND FUTURE PROSPECTS OF DEVELOPMENT	62
<i>Дмитриченко В. О., Бровенко Т. В.</i>	КЕЙТЕРИНГ ЯК СПОСІБ ОРГАНІЗАЦІЇ ХАРЧУВАННЯ	65
<i>Завадинська О. Ю., Гузьо М. І., Кахурашвілі М. Р</i>	У ВІЙСЬКОВОМУ СЕГМЕНТІ ТЕХНОЛОГІЯ QR КОДУ ЯК ІННОВАЦІЙНА ПІДТРИМКА	67
<i>Завадинська О. Ю., Дьомін Р.Г., Ірлюпін Д. В.</i>	КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ЗАКЛАДІВ В ІНДУСТРІЇ ГОСТИННОСТІ	70
<i>Завадинська О. Ю., Іванишин О.І., Пономаренко Л. І., Земліна Ю.В., Мельник А.В.</i>	ВПРОВАДЖЕННЯ НОВІТНІХ ПОСЛУГ ДЛЯ УДОСКОНАЛЕННЯ РОБОТИ РЕСТОРАННИХ ЗАКЛАДІВ	73
	МАРКЕТИНГОВІ ІННОВАЦІЇ НА ПІДПРИЄМСТВАХ ІНДУСТРІЇ ГОСТИННОСТІ	76
	ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ГОТЕЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВ НА ОСНОВІ ВПРОВАДЖЕННЯ ІННОВАЦІЙ	78
<i>Качківський В. В., Плецан Х. В.</i>	THE CURRENT STATE OF THE DEVELOPMENT OF CREATIVE MANAGEMENT IN THE MARKET OF TOURIST SERVICES IN UKRAINE	78

<i>Кирилюк І. М., Кирилюк О. В.,</i>	РОЛЬ МОБІЛЬНИХ ЗАСТОСУНКІВ ДЛЯ ПЛАНУВАННЯ ТА ЗДІЙСНЕННЯ ТУРИСТИЧНИХ ПОДОРОЖЕЙ	81
<i>Козак Л. Б.</i>	СУЧАСНІ ТРАНСФОРМАЦІЇ РОЗВИТКУ ТАЙМ-МЕНЕДЖМЕНТУ В ІНДУСТРІЇ ГОСТИННОСТІ	85
<i>Комарніцький І.О., Андрійчук Б.О.,</i>	СИСТЕМА УПРАВЛІННЯ ЕФЕКТИВНІСТЮ ГОСПОДАРСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА	88
<i>Комарніцький І.О., Величко Є.М.,</i>	СИСТЕМА ПОКАЗНИКІВ ОЦІНКИ ЕФЕКТИВНОСТІ ГОСПОДАРСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА	92
<i>Комарніцький І.О., Пінчук В.Ю., Комко Ф. Є., Плецан Х. В.</i>	СУТНІСТЬ ТА МЕТОДИ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ ІНДУСТРІЇ ГОСТИННОСТІ DEVELOPMENT OF CULTURAL DIPLOMACY IN THE CONDITIONS OF STRENGTHENING GLOBALIZATION PROCESSES	95 99
<i>Курило Р. А., Орлик А. А., Завадинська О. Ю.</i>	ВИКОРИСТАННЯ ЦИФРОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ В УПРАВЛІННІ РЕСТОРАННИМ БІЗНЕСОМ	102
<i>Ларченко А. А., Верезомська І. Г.</i>	РЕКЛАМНА ДІЯЛЬНІСТЬ У ГОТЕЛЬНО- РЕСТОРАННОМУ БІЗНЕСІ	106
<i>Майстрович С. В.</i>	CHALLENGES AND NEEDS OF TRAINING COMPETITIVE SPECIALISTS IN THE HOSPITALITY INDUSTRY	108
<i>Неїленко С. М., Кальнишевська М. О.</i>	КУЛІНАРНІ ПРЕДСТАВНИКИ В ЮНЕСКО	111
<i>Неїленко С. М., Невмержицький М.О.</i>	УДОСКОНАЛЕННЯ ПРОЦЕСУ НАДАННЯ ПОСЛУГ У РЕСТОРАНІ «FABIUS»	114
<i>Неїленко С. М., Федчук А. В.</i>	АНАЛІЗ РИНКУ ПОДІЄВОГО КЕЙТЕРИНГУ	117
<i>Опря Б. О.</i>	ІСТОРИЧНІ АСПЕКТИ РОЗВИТКУ ІНДУСТРІЇ ГОСТИННОСТІ	120
<i>Павлова А. О., Плецан Х. В.</i>	ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ КЛАСТЕРНОЇ СИСТЕМИ В ІНДУСТРІЇ ТУРИЗМУ УКРАЇНИ	124
<i>Пашкевич В. В.</i>	GLOBAL EXPERIENCE IN IMPLEMENTATION OF DIGITAL TOOLS AND DIGITAL TECHNOLOGIES IN THE BUSINESS ENVIRONMENT	128

<i>Пересічна С. М., Куриленко С. В.</i>	СУЧАСНІ КУЛІНАРНІ ТРЕНДИ РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ	131
<i>Пересічна С. М., Куриленко С. В.</i>	МОНОРЕСТОРАН – СУЧАСНА КОНЦЕПЦІЯ РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА В УКРАЇНІ	134
<i>Пересічна С. М., Корбачова Д. М.</i>	СОЦІАЛЬНА ДІЯЛЬНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВА РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА «ДНІПРОВСЬКИЙ»	137
<i>Пилипів В. В., Пінчук М. Ю.</i>	СТРУКТУРНІ ЕЛЕМЕНТИ ГЛОБАЛІЗАЦІЙНОГО ПРОЦЕСУ В ІНДУСТРІЇ ГОСТИННОСТІ	140
<i>Поворознюк І. М.</i>	ФУНКЦІОНУВАННЯ ПІДПРИЄМСТВ ІНДУСТРІЇ ГОСТИННОСТІ ПІД ЧАС КРИЗ	143
<i>Подзігун С. М., Литвин О. В.</i>	ІННОВАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ В УПРАВЛІННІ ТУРИСТИЧНОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ	146
<i>Приходько К. О.</i>	ТЕНДЕНЦІЇ ВПРОВАДЖЕННЯ ШТУЧНОГО ІНТЕЛЕКТУ В ІНДУСТРІЇ ГОСТИННОСТІ	148
<i>Ролдугін Г. Ю., Сапельнікова Н. Л.</i>	ОБГРУНТУВАННЯ ІННОВАЦІЙНОГО ПРОЕКТУ ТЕХНОЛОГІЧНИХ ПЕРЕОЗБРОЄНЬ ГОТЕЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВ	150
<i>Русавська В. А., Градінар О. В.,</i>	ФАКТОРИ ПІДВИЩЕННЯ ЯКОСТІ ПРОДУКЦІЇ ТА ПОСЛУГ РЕСТОРАННОГО ЗАКЛАДУ	152
<i>Русавська В. А., Люблінська О. О.</i>	ОСОБЛИВОСТІ ФУНКЦІОНУВАННЯ РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ В СУЧАСНИХ УМОВАХ ГОСПОДАРЮВАННЯ	155
<i>Русавська В. А., Можаровський Д. О.</i>	МОДЕЛЬ СУЧАСНОГО ТА УСПІШНОГО ФАХІВЦЯ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ	158
<i>Сапельнікова Н. Л., Гордик А. С.</i>	ШЛЯХИ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ ГОТЕЛЬНО- РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ	161
<i>Сапельнікова Н. Л., Каміновський В. А.</i>	ВПРОВАДЖЕННЯ СУЧАСНИХ ТЕХНОЛОГІЙ НАДАННЯ ПОСЛУГ У ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННИХ КОМПЛЕКСАХ	163
<i>Сапельнікова Н. Л., Михальчук А. С.</i>	УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ ГОТЕЛЬНО- РЕСТОРАННОГО КОМПЛЕКСУ В УМОВАХ ВОЄННОГО СТАНУ	165

<i>Слатвінська Л. А.</i>	ОСНОВНІ ВЕКТОРИ ФОРМУВАННЯ ПРОФЕСІЙНИХ КОМПЕТЕНЦІЙ БАКАЛАВРІВ ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНОЇ ПРОГРАМИ ТУРИЗМ	167
<i>Соколов В. В., Русавська В. А. Сушко П. В., Комарніцький І. О.</i>	РОЗВИТОК ІНДУСТРІЇ ГОСТИННОСТІ В УКРАЇНІ ОСНОВНІ ПРОБЛЕМИ ПІДПРИЄМСТВ РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА ТА ШЛЯХИ ЇХ ВИРІШЕННЯ	171 173
<i>Тєлєтов О. С.,</i>	ОРГАНІЗАЦІЙНО-УПРАВЛІНСЬКІ ІННОВАЦІЇ В РЕСТОРАННОМУ БІЗНЕСІ	177
<i>Ткаченко Т. І., Дика О. О.</i>	БЕКПЕКЕР-ТУРИЗМ: СУЧАСНИЙ ПОГЛЯД	179
<i>Ткаченко Т. І., Карпенко Д.</i>	КОМПЛЕКСНА ОЦІНКА ТУРИСТИЧНО- РЕКРЕАЦІЙНИХ РЕСУРСІВ УКРАЇНИ	181
<i>Ткаченко Т. І., Охоцький О. С.</i>	СУЧАСНА КЛАСИФІКАЦІЯ ОБОРОННИХ СПОРУД	184
<i>Тонких О. Г., Попик В. В., Сапельнікова Н. Л.</i>	ОРГАНІЗАЦІЯ ФОРМ ПРАЦІ У ГОТЕЛЬНОМУ ГОСПОДАРСТВІ ТА МЕТОДИ ЇЇ УДОСКОНАЛЕННЯ	187
<i>Хмиз А. С., Плецан Х. В.</i>	DIGITAL MARKETING AS A PROMOTION TOOL FOR SMALL TOWNS OF UKRAINE	189
<i>Шевчук В. В., Плецан Х. В.</i>	ЕМОЦІЙНА КОМПЕТЕНТНІСТЬ ФАХІВЦЯ ЯК ПРОВІДНА ДЕТЕРМІНАНТА ЕФЕКТИВНОГО ДИСТАНЦІЙНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ В ТУРИСТИЧНОМУ БІЗНЕСІ УКРАЇНИ	192
<i>Ядошук Н. В., Ткаченко Т. І., Яцюченко В. О., Головатий О. Р., Завадинська О. Ю.</i>	ОСОБЛИВОСТІ РОЗВИТКУ ВИННОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ ЧИННИКИ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ЗАКЛАДІВ ІНДУСТРІЇ ГОСТИННОСТІ	196 199

Секція 6

**ПРАВО ТА КУЛЬТУРА: ПРОБЛЕМИ ЇХ ВЗАЄМОДІЇ
ТА НОРМАТИВНО-ПРАВОВЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ**

<i>Андрусишин В. Й.</i>	ОСНОВНІ КОНЦЕПЦІЇ ПОЛІТИЧНОЇ КУЛЬТУРИ В ЗАХІДНОМУ АКАДЕМІЧНОМУ ДИСКУРСІ ЯК БАЗИС КУЛЬТУРОЛОГІЧНОГО ДОСЛІДЖЕННЯ	201
<i>Бєбєх В. Ю., Ластовський В. В.</i>	НОРМАТИВНО-ПРАВОВЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ФОРМУВАННЯ ТА ВИКОРИСТАННЯ	204

	ЕЛЕКТРОННИХ РЕСУРСІВ У БІБЛІОТЕЧНІЙ СФЕРІ	
<i>Вейдер Т. М.</i>	ПРАВОВА КУЛЬТУРА МЕНЕДЖЕРА	208
<i>Збанацька О. М., Пилипчук П. П.</i>	ВИЗНАЧЕННЯ ПУБЛІЧНОЇ ІНФОРМАЦІЇ В НОРМАТИВНО-ПРАВОВИХ АКТАХ УКРАЇНИ	210
<i>Красій М. О.</i>	ПРАВОВА КУЛЬТУРА МОЛОДІ В УКРАЇНІ	212

and individual-personal characteristics, critical and creative thinking, creative potential, competence, specialist's interest in creative activity, self-development [2b].

So, in the conditions of new realities, fierce competition, acceleration of innovations, development of cluster systems and transformational challenges of a globalized society, the question of forming one's own uniqueness, implementing a creative approach as a tool of competitiveness is becoming more and more urgent for the tourism industry.

REFERENCES

1. Максимовська Н. О. Менеджмент креативних технологій у соціокультурній сфері. *Культура України*, 2022. (75), 30-35.
2. Плецан Х. В. Креативний менеджмент як інструмент розвитку культурних і креативних індустрій. *Філософія подієвої культури: історія та сучасність*: матеріали Всеукр. наук. -практ. конф., м. Київ, 25–26 березня 2021 р. Київ, 2021. С. 132-136. URL:http://knukim.edu.ua/wp-content/uploads/2021/02/Zbirnyk_Filosofiya-podiyevoyi-kultury-2021.pdf (дата звернення: 2.02.2023)
3. Svydruk I. I., Ossik Yu. I., Prokopenko O. V. Creative management: theoretical foundations. Chorzow: Drukarnia Cyfrowa, 2017. 144 p.
4. RSM Discovery Creative Management URL: <https://www.rsm.nl/faculty-research/rsm-discovery/> (дата звернення: 2.02.2023)

*Кирилюк І. М., канд. екон. наук, доцент,
доцент кафедри технологій та організації туризму
і готельно-ресторанної справи;
Кирилюк О. В., здобувач освіти,
Уманський державний педагогічний
університет імені Павла Тичини,
м. Умань, Україна*

РОЛЬ МОБІЛЬНИХ ЗАСТОСУНКІВ ДЛЯ ПЛАНУВАННЯ ТА ЗДІЙСНЕННЯ ТУРИСТИЧНИХ ПОДОРОЖЕЙ

Сучасні тенденції розвитку туристичної галузі, цифрова трансформація й стрімкий розвиток інноваційно-інформаційних технологій суттєво змінили поведінку споживачів туристичних послуг. Нині переважна більшість туристів є технічно досвідченими, здатними експериментувати й використовувати індивідуальний підхід до формування своєї подорожі. Цифрові комунікації для туристів стали важливим інформаційним джерелом щодо планування, організації і здійснення подорожей. Активне використання цифрових технологій та наявність необхідної інформації в мережі інтернет для самостійного дослідження й формування майбутніх подорожей, вивчення туристичних об'єктів, маршрутів та їх адаптації відповідно до власних інтересів, мотивів і потреб сприяє індивідуальному плануванню подорожей через використання різних каналів взаємодії з виробниками послуг і потребує постійної адаптації до

мінливого середовища. Одним із ефективних стратегічних інструментів просування послуг індустрії туризму в нинішніх умовах є мобільні застосунки.

Мобільний застосунок – це прикладне програмне забезпечення, призначене для роботи на мобільному пристрої, яке може бути завантажено безкоштовно, або за передбачену оплату задля вирішення певної проблеми користувачів.

Зростання мобільного трафіку стимулює використання мобільних пристроїв у всіх сферах діяльності, зокрема і в туризмі. Аналіз даних свідчить про те, що частка споживачів, які використовують мобільні пристрої для виходу в інтернет, постійно зростає. Зокрема, у 2022 р. кількість користувачів мобільних пристроїв у світі зросла на 168 млн. осіб або на 3,2% в порівнянні з 2021 р. Загальна кількість користувачів мобільних пристроїв склала 5,44 млрд осіб, або 68% загального населення світу. При цьому час витрачений на користування мобільним пристроєм у середньому в 2022 р. збільшився на 7 хв. в день або на 2,4% в порівнянні з попереднім роком і становив 5 год. 1 хв. За даними App Annie 91,9% загального мобільного часу користувачів Android витрачається на мобільні застосунки і лише 8,1% – на мобільні веббраузери [1].

Одночасно зі зростанням показника кількості користувачів мобільних пристроїв зростає й кількість завантажених мобільних застосунків на мобільні пристрої. З 2016 р. прослідковується чітка тенденція щодо зростання кількості завантажень мобільних застосунків: у 2021 р. користувачами завантажено на 38,7% мобільних застосунків більше, ніж у 2016 р.; на 16,1% – проти 2018 р., на 11,3% – проти 2019 р. та на 5,2% проти рівня 2020р.

Ці тенденції позитивно відобразилась на доходах, отриманих у туризмі і супутніх галузях. За даними Statista's Digital Market Outlook у 2021 р. сукупний виторг від використання мобільних додатків у туристичному секторі склав 296 млн дол. США, що на 38% більше, ніж у 2020 р. [2].

З огляду на швидкий перехід суспільства до мобільного інтернету, створення мобільних застосунків дозволяє споживачам туристичних продуктів та послуг швидко й зручно користуватися можливостями сервісу через мобільний пристрій, а підприємствам індустрії туризму не втрачати цільову аудиторію та постійно стимулювати її до здійснення покупки. Можливість використання мобільних пристроїв дозволяє здійснювати більшість пошукових запитів і активно купувати туристичні продукти й послуги саме з їхньою допомогою [3; 4].

Мобільні застосунки є інноваційним засобом стимулювання туризму, зручним ефективним інструментом для користувачів, оскільки забезпечують їм швидку комунікацію, сервіс та економічну вигоду. Їх використання надає швидкий і легкий доступ до потрібної туристичної інформації, що значною мірою економить час на пошук і пропонує туристам додаткові можливості (рис. 1).

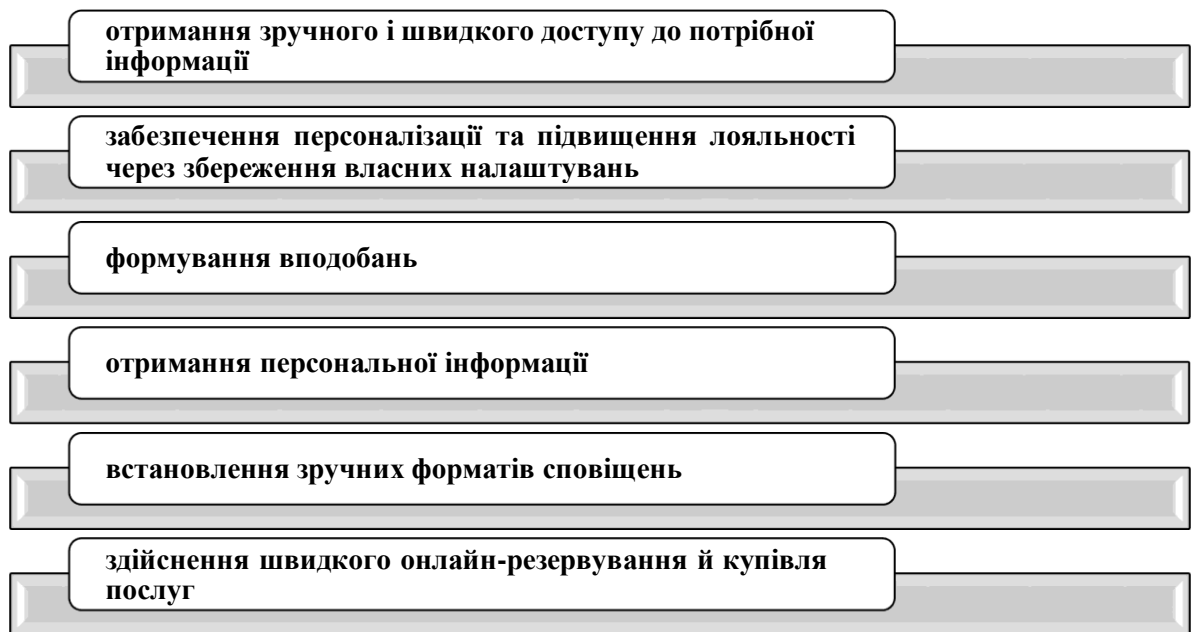


Рис. 1. Додаткові можливості для споживачів туристичних продуктів та послуг індустрії туризму через використання мобільних застосунків

Встановлення на мобільний пристрій відповідного застосунку значно розширює можливості туриста як під час планування, так і процесу подорожі (рис.2).



Рис. 2. Напрямки використання туристами мобільних застосунків при плануванні та здійсненні подорожі

Сучасний ринок мобільних застосунків, які можуть використовувати туристи надзвичайно різноманітний та постійно доповнюється. Інтерактивність мобільних застосунків дозволяє знаходити конкретну інформацію у форматі, яка легко відображається на мобільних пристроях. Кожен застосунок має певну функціональну спрямованість і може бути завантажений туристами відповідно до їхніх потреб під час як організованої, так і самостійної подорожі.

Для задоволення потреб туристів у офлайн і онлайн режимах виробникам послуг необхідно забезпечувати безперервний і послідовний зв'язок, використовуючи різні канали взаємодії й відслідковуючи сучасні тенденції в туристичній галузі та цифрових технологіях [5].

Отже, мобільні застосунки є ефективним сучасним інструментом для просування туристичних продуктів та послуг на туристичному ринку. Їх функціонал значною мірою спрощує комунікації, сприяє швидкому досягненню цілей туристів як при плануванні подорожей, бронюванні й купівлі туристичних продуктів і послуг, так і під час здійснення подорожей. Тому використання потенціалу мобільних застосунків сприяє збільшенню кількості споживачів туристичних послуг, швидкому поширенню інформації й комунікації, урізноманітненню форм, способів пропозиції й надання послуг, освоєнню нових можливостей формування конкурентоспроможних послуг.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Digital 2023: global overview report. *DataReportal*. URL: <https://datareportal.com/reports/digital-2023-global-overview-report> (дата звернення: 15.01.2023)

2. Digitalization of the travel industry – statistics & facts. *Statista*. URL: https://www.statista.com/topics/7589/digitalization-of-the-travel-industry/#topicHeader_wrapper (дата звернення: 20.01.2023)

3. Кирилюк І. М. Соціальні мережі як інструмент просування послуг індустрії туризму й гостинності в сучасному інформаційному просторі. *Індустрія туризму й гостинності: сучасні виклики та перспективи* : кол. моногр./ [І. М. Поворознюк., М. Кирилюк [та ін.] ; за ред. І. М. Поворознюк. ; Умань : Візаві, 2022. С.36–65.

4. Кирилюк І. М., Нещадим Л. М., Благополучна А. Г. Діджиталізація як основний фактор розвитку індустрії гостинності в умовах сучасних викликів. *Актуальні проблеми розвитку економіки регіону*: науковий журнал. Івано-Франківськ: Вид-во Прикарпатського національного університету імені Василя Стефаника. 2022. Вип. 18. Т. 2. С.217–231. DOI: 10.15330/apred.2.18.217-231

5. Iryna Kyryliuk. Social networks in the context of current trends in the development of the tourism industry. *Zeszyty naukowe*. tom 20, rocznik X. numer 2/2021. Sucha Beskidzka 2021. p. 6–20.