

Уманський національний університет садівництва

Факультет менеджменту

Кафедра туризму та готельно-ресторанної справи

**ТЕОРІЯ, ПРАКТИКА ТА ІННОВАЦІЇ
РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНОЇ
І ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОЇ ІНДУСТРІЇ**

**Матеріали
міжнародної науково-практичної конференції**

24-25 травня 2023 року

УДК 338.48(063)+640.0

Т33

Рекомендовано до друку Вченою радою Уманського національного університету садівництва (протокол №6 від 31.05.2023 року)

Редакційна колегія:

Транченко Л.В. – доктор економічних наук, професор, завідувач кафедри туризму та готельно-ресторанної справи Уманського національного університету садівництва;

Кожухівська Р.Б. – кандидат економічних наук, доцент кафедри туризму та готельно-ресторанної справи Уманського національного університету садівництва;

Саковська О.М. – кандидат економічних наук, доцент кафедри туризму та готельно-ресторанної справи Уманського національного університету садівництва;

Тимчук С.В. – кандидат економічних наук, доцент кафедри туризму та готельно-ресторанної справи Уманського національного університету садівництва.

Відповідальність за зміст і достовірність публікацій несуть автори. Точки зору авторів публікацій можуть не співпадати з точкою зору редакційної колегії збірника.

Теорія, практика та інновації розвитку туристичної і готельно-ресторанної індустрії: збірник матеріалів міжнародної науково-практичної конференції, 24-25 травня 2023 р., Умань: ВПЦ «Візаві», 2023. 270 с.

У збірнику матеріалів міжнародної науково-практичної конференції «Теорія, практика та інновації розвитку туристичної і готельно-ресторанної індустрії», що відбулася 24-25 травня 2023 року в Уманському НУС, подано тези доповідей учених, науковців, викладачів, магістрантів, аспірантів, здобувачів вищої освіти щодо актуальних проблем, тенденцій розвитку, специфіки, розробки та впровадження інноваційних процесів у туристичну і готельно-ресторанну сфери.

Видання рекомендоване для здобувачів вищої освіти, аспірантів, викладачів, наукових співробітників, які займаються дослідженнями сфери туризму та індустрії гостинності.

УДК 338.48(063)+ 640.0

© Уманський національний університет садівництва, 2023

СЕКЦІЯ 1.

СТРАТЕГІЇ РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНОГО ТА ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ

Chuchmii I.I. PECULIARITIES OF TRAINING SPECIALISTS OF TOURISM INDUSTRY IN GREAT BRITAIN AND THE USA	9
Баранова А.О. ГАСТРОНОМІЧНИЙ ТУРИЗМ ЯК ПЕРСПЕКТИВНИЙ НАПРЯМОК РОЗВИТКУ СФЕРИ ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ	12
Клюєв Є.Р. ЕКОЛОГІЧНИЙ ТУРИЗМ В УКРАЇНІ: СТАН ТА МОЖЛИВОСТІ РОЗВИТКУ	14
Котліколямов В.О. ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ СФЕРИ ОБСЛУГОВУВАННЯ В УКРАЇНІ	16
Кругляк О.А. ОСОБЛИВОСТІ РОЗВИТКУ РЕСТОРАННОГО РИНКУ В УКРАЇНІ	18
Кулеша В.Ю. ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ «СІЛЬСЬКОГО ЗЕЛЕНОГО ТУРИЗМУ»	21
Курінна А.І. НАЙПОШИРЕНІШІ ВИДИ ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ	22
Макаревич В.О. СВІТОВИЙ ТУРИСТИЧНИЙ РИНОК В УМОВАХ КРИЗИ	24
Максименюк В.О. ЕКОЛОГІЧНІ АСПЕКТИ СУЧАСНОГО РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ	26
Масловата С.А. ЕКОЛОГІЧНИЙ ТУРИЗМ В УКРАЇНІ: ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ	28
Мовчан Л.В. ЕКОТУРИЗМ: ПЕРЕВАГИ ТА НЕДОЛІКИ	30
Мусевич С.С. СТРАТЕГІЇ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ СФЕРИ ГОСТИННОСТІ	32
Немикіна М.О. РОЗВИТОК ТУРИСТИЧНОГО БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ В УМОВАХ ПАНДЕМІЇ	35
Нижник С.Р. СТРАТЕГІЧНІ АСПЕКТИ РОЗВИТКУ БАЛЬНЕОТУРИЗМУ В УКРАЇНІ	38
Новіков О.В. АГРОТУРИЗМ ЯК СЕКТОР ТУРИСТИЧНОЇ ГАЛУЗІ	40
Саковська О.М. РОЛЬ І МІСЦЕ УКРАЇНСЬКИХ СІЛ У МІЖНАРОДНІЙ ТУРИСТИЧНІЙ ІНДУСТРІЇ	42
Худін С.О. СТРАТЕГІЇ РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНОГО ТА ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ	46
Щоголева І.В., Соколовський В.А., ОСОБЛИВОСТІ ОРГАНІЗАЦІЇ ШОПІНГ-ТУРИЗМУ	48

СЕКЦІЯ 2.

ІННОВАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ СУЧАСНОГО ТУРИСТИЧНОГО ТА ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ

Kozhukhivska R.B. IMPROVING THE ELEMENTS OF THE SYSTEM OF ANTI-ANTI-CRISIS MANAGEMENT EFFICIENCY IN TOURISM	51
---	----

Асмолова Н.О. ВИКОРИСТАННЯ ІНФОРМАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ В ТУРИЗМІ	53
Большакова І.М. МЕХАНІЗМИ РОБОТИ СУЧАСНИХ PR-ТЕХНОЛОГІЙ ТА РЕКЛАМИ В ІНТЕРНЕТІ	56
Кирилук І.М., Кирилук О.В. ВИКОРИСТАННЯ INSTAGRAM ДЛЯ ПРОСУВАННЯ ТУРИСТИЧНИХ ПОСЛУГ У СУЧАСНОМУ ІНФОРМАЦІЙНОМУ ПРОСТОРІ	59
Мальська М.П., Гаталяк О.М., Ганич Н.М. ІННОВАЦІЙНІ АСПЕКТИ СУЧАСНОГО РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ	62
Поліщук Т.А. ІННОВАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ В РЕСТОРАННОМУ БІЗНЕСІ	64
Сарданов А.А. ІНФОРМАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ В ПРОСУВАННІ ПОСЛУГ ГОТЕЛЮ	66
Скуртол С.Д., Родащук Г.Ю. ІНФОРМАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ ДЛЯ ПРИЙНЯТТЯ РІШЕНЬ В УПРАВЛІННІ ОРГАНІЗАЦІЄЮ	69

СЕКЦІЯ 3.

РЕГІОНАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНОГО ТА ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ

Тумчук С.В. THE IMPACT OF ANIMATION ACTIVITIES ON IMPROVING TOURIST SATISFACTION: A CASE STUDY OF HOSPITALITY INDUSTRY IN UKRAINE	73
Благополучна А.Г. СТАЛИЙ ТУРИЗМ ЯК НОВИЙ ПІДХІД ДО ЗБЕРЕЖЕННЯ ЕКОЛОГІЧНОГО СЕРЕДОВИЩА	75
Гончар В.В. ТУРИСТИЧНА ГАЛУЗЬ ЯК ОДИН З НАПРЯМІВ ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ ЗАКАРПАТСЬКОЇ ОБЛАСТІ	77
Добош Ю.В. ТУРИСТИЧНА ПРИВАБЛИВІСТЬ ХЕРСОНСЬКОЇ ОБЛАСТІ	79
Дячук О.М. ІСТОРИЧНИЙ ОГЛЯД РЕЛІГІЙНОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ	82
Загирняк Я.В. ТУРИСТИЧНО-РЕКРЕАЦІЙНИЙ ПОТЕНЦІАЛ КІРОВОГРАДСЬКОЇ ОБЛАСТІ	85
Зотов В.О. ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ ВИКОРИСТАННЯ ВОДНИХ ТУРИСТИЧНИХ РЕСУРСІВ УКРАЇНИ ЩОДО РОЗВИТКУ ЯХТОВОГО ТУРИЗМУ	87
Компанієць А.Г. ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ ВИКОРИСТАННЯ ІСТОРИКО-КУЛЬТУРНОЇ СПАДЩИНИ КИЄВА В ТУРИЗМІ	89
Мельник А.М. ОГЛЯД НАЙБІЛЬШ ПИВАБЛИВИХ, ДЛЯ РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ, КРАЇН	92
Мельник О.С. УПРАВЛІННЯ ЕКСКУРСІЙНИМ ТУРИЗМОМ В М. УМАНЬ	94
Немикіна М.О. ПОТЕНЦІАЛ ТУРИСТИЧНОГО КРАЄЗНАВСТВА УМАНЩИНИ: ВІДКРИТТЯ КУЛЬТУРНИХ ТА ПРИРОДНИХ СКАРБІВ РЕГІОНУ	97
Новіков О.В. СІЛЬСЬКИЙ ЗЕЛЕНИЙ ТУРИЗМ ЯК НАПРЯМ ВИРІШЕННЯ ПРОБЛЕМИ ЗАЙНЯТОСТІ СІЛЬСЬКОГО НАСЕЛЕННЯ УКРАЇНИ	100

Пластун А.Г. РОЗВИТОК МІЖНАРОДНОГО ТУРИЗМУ НА СУЧАСНОМУ ЕТАПІ	102
Приходько З.В. ВІДБУДОВА ТУРИСТИЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІСЛЯ ВОЄННИХ КОНФЛІКТІВ: ДОСВІД ДЛЯ УКРАЇНИ	104
Смирнов І.Г., Любіцева О.О., Гринюк Д.Ю. УКРАЇНСЬКЕ БАРОКО В ЦЕРКОВНІЙ АРХІТЕКТУРІ КИЄВО-ПОДОЛУ ТА ЙОГО ТУРИСТИЧНИЙ ПОТЕНЦІАЛ	108
Удовенко І.О. СІЛЬСЬКИЙ ЗЕЛЕНИЙ ТУРИЗМ ЯК ПРОЯВ ВИКОРИСТАННЯ ПРИРОДНОГО ПОТЕНЦІАЛУ РЕГІОНУ	112
Шаргородська К.О. ІСТОРИЧНИЙ РОЗВИТОК У СФЕРІ ТУРИЗМУ ТА ГОСТИННОСТІ	114
Яворська Є.І. ЕКСКУРСІЙНА ДІЯЛЬНІСТЬ МІСТА ОДЕСИ: НАПРЯМКИ ТРАНСФОРМАЦІЇ	116

СЕКЦІЯ 4. ФІЛОСОФСЬКІ, СОЦІАЛЬНІ, КУЛЬТУРОЛОГІЧНІ АСПЕКТИ ТУРИЗМУ

Lazariev O.V. FRENCH AS THE SECOND FOREIGN LANGUAGE FOR TOURISM	119
Балакірев О.Ю., Дегтярьов І.П. ВЕЛОЕКСКУРСІЯ: «НЕЗЛАМНЕ МІСТО ХАРКІВ»	121
Большакова І.М., Моцьо Я.Г. ОСОБЛИВОСТІ ЗАСТОСУВАННЯ ЕКО-СТИЛЮ У ЖИТЛОВОМУ ІНТЕР'ЄРІ ГОТЕЛЮ	124
Голік А.В. УКРАЇНСЬКА НАЦІОНАЛЬНА КУХНЯ: ЇЇ РИСИ ТА ОСОБЛИВОСТІ	127
Каричковська С.П. СИСТЕМНИЙ ПІДХІД ПРИ ВИВЧЕННІ ГУМАНІТАРНИХ ДИСЦИПЛІН У ЗАКЛАДАХ ВИЩОЇ ОСВІТИ АГРАРНОГО ПРОФІЛЮ	129
Катрич А.Р. ГАСТРОНОМІЧНА ДИПЛОМАТІЯ УКРАЇНИ	132
Кухарук М.Р. СТРАХУВАННЯ В ТУРИЗМІ	134
Михайловська А.І. КУРОРТОЛОГІЧНИЙ АСПЕКТ: АНАЛІЗ ФУНКЦІЙ ТА КЛАСИФІКАЦІЇ КУРОРТІВ У ЗДОРОВ'ЯЗБЕРЕЖЕННІ ТУРИЗМУ	136
Моцьо Я.Г. МАНІПУЛЯЦІЇ СУСПІЛЬНОЮ СВІДОМІСТЮ. ЕТИКА PUBLIC RELATIONS	138
Нагернюк Д.В. БОРЩ ЯК ЧАСТИНА УКРАЇНСЬКОГО КУЛЬТУРНОГО КОДУ	140
Невелюк А.Р. УПРАВЛІННЯ ПОВЕДІНКОЮ ПЕРСОНАЛУ В ГОТЕЛІ	142
Парубок М.І. БОТАНІЧНИЙ ТУРИЗМ В УКРАЇНІ	144
Пластун А.Г. КОРИСТЬ ТУРИЗМУ ДЛЯ ЛЮДЕЙ	147
Семененко А.Р. ПРОЦЕС СТВОРЕННЯ БРЕНДУ ПІДПРИЄМСТВА РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА	149

Суліма Л.В. АКАДЕМІЧНА ДОБРОЧЕСНІСТЬ ЯК ОСНОВА ЕТИКИ ПРОВЕДЕННЯ НАУКОВИХ ДОСЛІДЖЕНЬ У СФЕРІ ОБСЛУГОВУВАННЯ	151
Тимчук С.В. ВИКОРИСТАННЯ ОВОЧІВ У ВИСОКОКЛАСНИХ РЕСТОРАНАХ: ЗБЕРЕЖЕННЯ ТОВАРОЗНАВЧИХ ВЛАСТИВОСТЕЙ ПРИГОТУВАННЯ ТА ПОДАЧІ СТРАВ	154
Тихонюк Д.Р. ФОРМУВАННЯ ІМІДЖУ ГОТЕЛЬНОГО ПІДПРИЄМСТВА	157
Українська К.Р. ЕТНІЧНИЙ РЕСТОРАН ТА ЙОГО ВПЛИВ НА РОЗВИТОК ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ	160
Флюдренко В.С., СУТНІТЬ КОРПОРАТИВНОЇ КУЛЬТУРИ ТУРИСТИЧНОГО ПІДПРИЄМСТВА	161

СЕКЦІЯ 5.

ІННОВАЦІЙНІ ПІДХОДИ В УПРАВЛІННІ ТУРИСТИЧНИМ ТА ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННИМ БІЗНЕСОМ

Movchan L.V. THE RURAL TOURISM AS AN IMPORTANT COMPONENT OF SUSTAINABILITY IN TOURISM	163
Ажинтарева А.В. ОСОБЛИВОСТІ УПРАВЛІННЯ ТОРГОВЕЛЬНО-ВИРОБНИЧОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ ЗАКЛАДІВ РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА	167
Барвінок Н.В. СУТНІСТЬ І РОЛЬ КАДРОВОЇ СТРАТЕГІЇ В РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНОГО ПІДПРИЄМСТВА В КРИЗОВИХ УМОВАХ	169
Большакова І.М. УПРАВЛІННЯ ІННОВАЦІЙНИМ ПОТЕНЦІАЛОМ ЯК ФАКТОР СТРАТЕГІЧНОГО РОЗВИТКУ ТА КОНКУРЕНТНИХ ПЕРЕВАГ ПІДПРИЄМСТВА	172
Коваленко Л.Г. ОСОБЛИВОСТІ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ ЗАКЛАДУ РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА: ОСНОВНІ АСПЕКТИ	175
Когут Т.С. АДАПТАЦІЯ ЗАКЛАДІВ РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ В УМОВАХ ВОЄННОГО СТАНУ	177
Козловська Т.М. ФАКТОРИ ВПЛИВУ НА СИСТЕМУ МЕНЕДЖМЕНТУ ЗАКЛАДІВ ГРОМАДСЬКОГО ХАРЧУВАННЯ	179
Кожухівська Р.Б. СТРАТЕГІЧНИЙ МАРКЕТИНГ СИСТЕМИ МЕНЕДЖМЕНТУ ЯКОСТІ У СФЕРІ РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ	181
Крицкалюк О.Ю. РЕКЛАМНА ДІЯЛЬНІСТЬ РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ В УМОВАХ ВОЄННОГО СТАНУ	184
Кругляк О.А. АУТСОРСИНГ В ГОТЕЛЬНОМУ ГОСПОДАРСТВІ	186
Крутько А.Д. ОСОБЛИВОСТІ ЗАСТОСУВАННЯ БІЗНЕС-ПЛАНУВАННЯ В ТУРИЗМІ	188
Кустріч Л.О. ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ МЕНЕДЖМЕНТУ НА ТУРИСТИЧНОМУ ПІДПРИЄМСТВІ	191

Миронюк А.С. УПРАВЛІННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЮ ПОСЛУГ ГОТЕЛЮ	194
Музаверова О.О. СУЧАСНІ ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ УПРАВЛІННЯ РОЗВИТКОМ ТУРИСТИЧНИХ ПІДПРИЄМСТВ	196
Непочатенко В.О. EVENT-МЕНЕДЖМЕНТ ЯК ІНСТРУМЕНТ ПРОСУВАННЯ ГОТЕЛЮ	198
Пашковський Д.А. ВИКОРИСТАННЯ СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖ У МАРКЕТИНГУ РЕСТОРАНУ	200
Поворознюк І.М. АДАПТАЦІЙНІ СТРАТЕГІЇ ПІДПРИЄМСТВ ІНДУСТРІЇ ГОСТИННОСТІ В УМОВАХ КРИЗИ	203
Похила М.В. ТРАНСФОРМАЦІЯ ЗАКЛАДІВ РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ В УМОВАХ ПАНДЕМІЇ	205
Рудь М.О. ФОРМУВАННЯ СТРАТЕГІЇ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ	206
Семенов Л.С. УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ У ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННІЙ ГАЛУЗІ	208
Терещук Н.В. УПРАВЛІННЯ ЗАКЛАДАМИ ГРОМАДСЬКОГО ХАРЧУВАННЯ В УКРАЇНІ	211
Чернега П.М. УПРАВЛІННЯ ТУРИСТИЧНО-РЕКРЕАЦІЙНИМИ РЕСУРСАМИ: ТЕОРЕТИЧНИЙ ТА ПРАКТИЧНИЙ АСПЕКТ	213

СЕКЦІЯ 6.

ФІНАНСОВО-ЕКОНОМІЧНІ МЕХАНІЗМИ ФУНКЦІОНУВАННЯ ТУРИСТИЧНОГО ТА ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ

Бобраніцька А.С. ФАКТОРИ ЗОВНІШНЬОГО СЕРЕДОВИЩА В ДІЯЛЬНОСТІ ГОТЕЛЬНО- РЕСТОРАННОГО ПІДПРИЄМСТВА	217
Малюга Л.М. ОРГАНІЗАЦІЯ, ОБЛІК ТА ОПОДАТКУВАННЯ В СФЕРІ НАДАННЯ ГОТЕЛЬНИХ ПОСЛУГ	219
Мардар М.О. АНАЛІЗ ЧИННИКІВ ЩО ВПЛИВАЮТЬ НА ДОХІДНІСТЬ РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ	223
Пархоменко Л.А. НАУКОВІ ОСНОВИ ФОРМУВАННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПРОДУКЦІЇ	225
Петренко Т.М. АНАЛІЗ МАТЕРІАЛЬНО-ТЕХНІЧНОЇ БАЗИ ПІДПРИЄМСТВ ГРОМАДСЬКОГО ХАРЧУВАННЯ	228
Подзігун С.М., Литвин О.В. ЕФЕКТИВНИЙ МЕНЕДЖМЕНТ ЯК СКЛАДОВА ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ТУРИСТИЧНОЇ ГАЛУЗІ В УКРАЇНІ	230
Транченко Л.В. СУЧАСНІ МЕТОДИ УПРАВЛІННЯ ВАЛЮТНИМИ РИЗИКАМИ ПІДПРИЄМСТВ ІНДУСТРІЇ ТУРИЗМУ	232
Худін С.О. ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОЇ СФЕРИ В УМОВАХ ФОРМУВАННЯ СОЦІАЛЬНО-ОРІЄНТОВОЇ НАЦІОНАЛЬНОЇ ЕКОНОМІКИ	235

СЕКЦІЯ 7.

ПРАВОВІ АСПЕКТИ ФОРМУВАННЯ ТА ФУНКЦІОНУВАННЯ ІНДУСТРІЇ ПОСЛУГ НА МІЖНАРОДНОМУ РІВНІ

Асмолова Н.О. ОСНОВНІ ВІДМІННОСТІ МІЖ ТУРИСТИЧНИМ АГЕНТОМ ТА ТУРИСТИЧНИМ ОПЕРАТОРОМ НА РИНКУ ПОСЛУГ	237
Козловська Т.М. ТУРИСТИЧНА ПОЛІТИКА ЄВРОПЕЙСЬКОГО СОЮЗУ	239
Степанов В.Ю. ДЕРЖАВНО УПРАВЛІНСЬКИЙ АСПЕКТ ТУРИСТИЧНО-РЕКРЕАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ	242
Рудас А.О. ЗАГАЛЬНІ ПРАВИЛА ТЕХНІКИ БЕЗПЕКИ У ГОТЕЛІ ПІД ЧАС ВІЙНИ	245
Транченко О.М. ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ІНФОРМАТИЗАЦІЇ МЕНЕДЖМЕНТУ НАУКОВИХ ДОСЛІДЖЕНЬ	247

СЕКЦІЯ 8.

ЕКОНОМІЧНЕ МОДЕЛЮВАННЯ РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНОГО ТА ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ

Neshchadym L.M. ECONOMIC MODELING AND DEVELOPMENT PLANNING OF HOSPITALITY INDUSTRY ENTERPRISES	250
Арманова Т.А. ОРГАНІЗАЦІЙНО-ЕКОНОМІЧНІ ЗАСАДИ СТВОРЕННЯ ТА ЕФЕКТИВНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ОВОЧІВНИЦЬКИХ ФЕРМЕРСЬКИХ ГОСПОДАРСТВ	253
Гладкий О.В. ВИКОРИСТАННЯ ПОКАЗНИКІВ ГАЛУЗЕВОЇ РІВНОМІРНОСТІ ТА РІЗНОМАНІТНОСТІ ДЛЯ ЕКОНОМІЧНОГО МОДЕЛЮВАННЯ РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНОГО ТА ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ	257
Моцьо Я.Г. ЕКОНОМІЧНА СУТНІСТЬ ВИТРАТ НА ПІДПРИЄМСТВІ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА	258
Новіков О.В. СІЛЬСЬКИЙ ЗЕЛЕНИЙ ТУРИЗМ ЯК ВИД ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ	261
Петренко Н.О. АНАЛІЗ ДІЯЛЬНОСТІ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО КОМПЛЕКСУ «КОВЧЕГ» М. ЛАДИЖИН ВІННИЦЬКОЇ ОБЛАСТІ	262
Фротер О.С. ВПЛИВ ВИКОРИСТАННЯ ВИТРАТ НА ФОРМУВАННЯ СОБІВАРТОСТІ	265
Шпикуляк О.Г. КОНЦЕПЦІЯ СТРАТЕГІЧНИХ НАПРЯМІВ РОЗВИТКУ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОЇ КООПЕРАЦІЇ У ПІСЛЯВОЄННІЙ ВІДБУДОВІ ЕКОНОМІКИ АГРАРНОГО СЕКТОРУ	268

Кирилюк І.М.,

к.е.н., доцент,

Кирилюк О.В.,

здобувач вищої освіти

Уманський державний педагогічний університет імені Павла Тичини

ВИКОРИСТАННЯ INSTAGRAM ДЛЯ ПРОСУВАННЯ ТУРИСТИЧНИХ ПОСЛУГ У СУЧАСНОМУ ІНФОРМАЦІЙНОМУ ПРОСТОРИ

Стрімкий розвиток інформаційного простору зумовив значні зміни як у поведінці сучасних туристів, так і підходах до діяльності суб'єктів господарювання туристичної індустрії. Нині для успішного просування туристичних продуктів та послуг використання нових інструментів є необхідною умовою для розширення можливостей туристичного бізнесу в конкурентному середовищі.

Впродовж останніх років соціальні мережі набули популярності серед користувачів мережі інтернет, стали невід'ємною частиною їх життя і джерелом інформації.

Широке охоплення цільової аудиторії, взаємодія з користувачами, швидкий зворотній зв'язок сприяють використанню соціальних медіа як потужного інструменту для ефективного розвитку туристичного бізнесу, просування туристичних продуктів та послуг й комунікації учасників туристичного ринку.

Популярною платформою серед соціальних медіа, що активно використовуються для просування туристичних продуктів та послуг є Instagram. Впродовж останніх років Instagram швидко розвивався, додавалися нові функції й зі звичайного сервісу через який користувачі діляться зображеннями та відео у соціальній мережі став ефективною платформою для взаємодії виробників і споживачів туристичних послуг, популяризації туристичних об'єктів.

За даними DataReportal популярність Instagram швидко зростає і нині його активні користувачі становлять значну частку всього Інтернет-співтовариства. На початок 2023 року кількість активних користувачів Instagram зросла до 2 млрд осіб проти 1,3 млрд осіб на початок 2022 року. Середня кількість часу, проведеного користувачами на платформі, становить 40 хв на день та 12 год. на місяць [1].

Нині Instagram є одним з найбільш ефективних інструментів управління користувачами через комунікаційну, інформаційну, соціальну, ідентифікаційну, презентаційну і розважальну функції, має стійке і швидке зростання аудиторії, здатність реалізувати сегментацію користувачів [2].

Варто зазначити, що найбільшу популярність Instagram має серед користувачів покоління Z, які наразі становлять одну з найбільших груп користувачів мережі інтернет. (рис. 1).

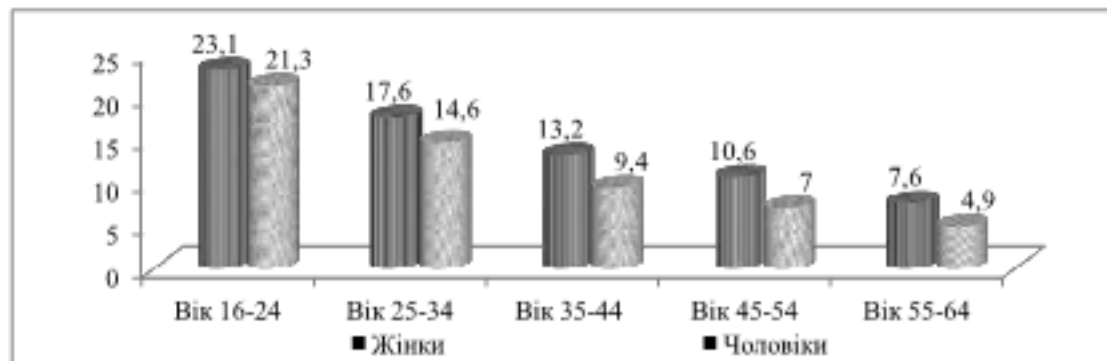


Рис. 1. Структура користувачів Instagram за віком і статтю, %*

*Джерело: побудовано авторами за даними [1]

Покоління Z є технологічно досвідченим й використовує різні інструменти Instagram для планування своїх подорожей. Персоналізований підхід до планування подорожей є важливими для молоді, тому вони активно використовують цифрові технології для самостійного дослідження й формування майбутніх подорожей, вивчення туристичних об'єктів, маршрутів та їх адаптації відповідно до свої інтересів. За результатами дослідження, проведеного Expedia study, 84% опитаних міленіалів та 77% покоління Z під час планування подорожей користувалися інформацією, розміщеною в соціальних мережах, яка вплинула на їх рішення [3].

Використання Instagram дозволяє популяризувати туристичні послуги через потужні можливості додатку (рис. 2)

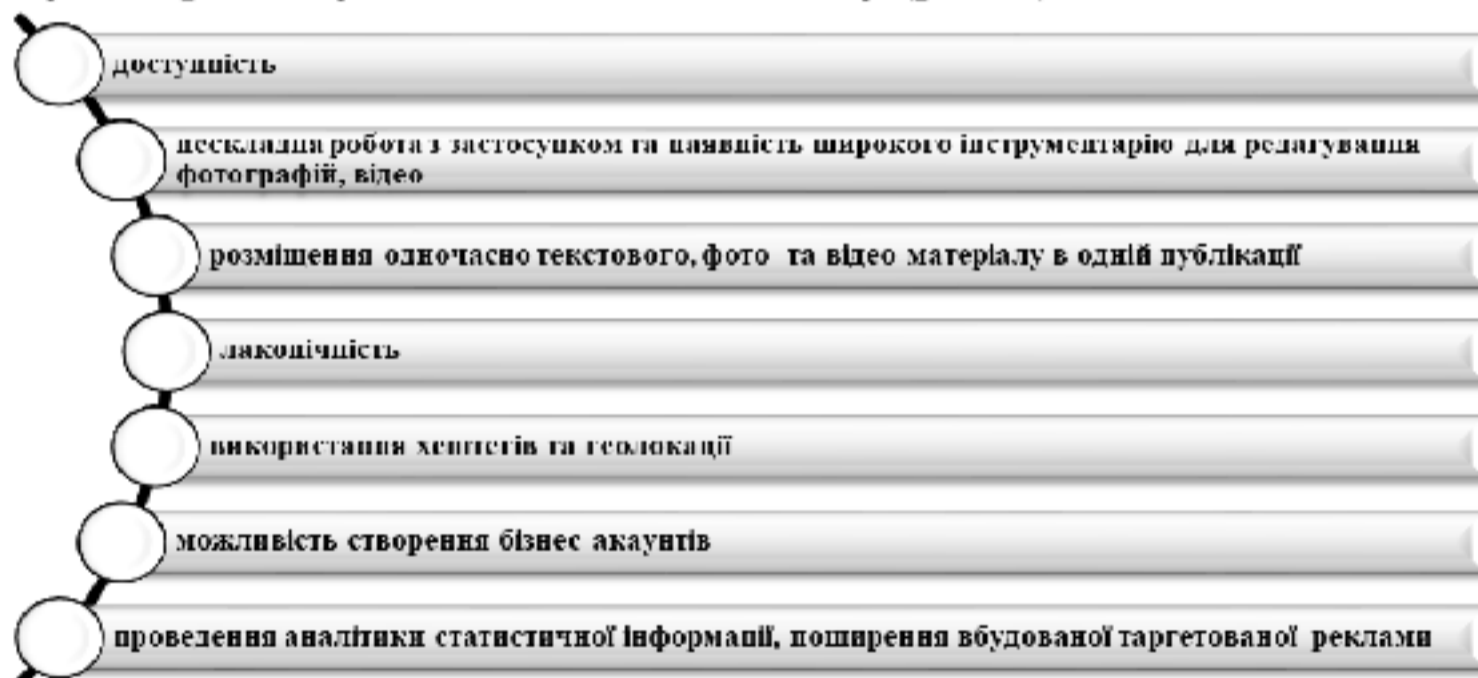


Рис. 2. Застосування Instagram для популяризації туристичних продуктів та послуг*

*Джерело: побудовано авторами на основі проведеного дослідження.

Для користувачів Instagram при плануванні подорожей важливим є доступ до візуального контенту, який надихає їх на нові подорожі. Використання функції збереження постів дозволяє створювати свій власний туристичний гід та формувати ідеї для своїх майбутніх подорожей, зберігаючи інформацію про місця, які зацікавили та враження інших туристів. Застосування хештегів допомагає туристам

швидко знайти потрібний контент і скористатися ним для планування своєї подорожі. Функціонал Instagram дозволяє використовувати хештеги та мітки місць, що сприяє залученню нових клієнтів, які шукають туристичні послуги в конкретному місці.

Відслідковування й використання сучасних тенденцій просування туристичних послуг через Instagram забезпечує безперервний і послідовний зв'язок між виробниками і споживачами за допомогою різних каналів взаємодії [4].

Зважаючи на те, що у індустрії туризму споживач і виробник послуг часто територіально віддалені одне від одного, інтернет-маркетинг посилює їх взаємозв'язок. Основною його перевагою є інтерактивність, точність таргетингу, можливість детального аналізу, що дозволяє максимально досягти зростання конверсії [5].

Через маркетингові комунікації в Instagram ефективно забезпечується просування туристичних продуктів та послуг на туристичному ринку.

З огляду на зазначене, виробникам туристичних послуг при створенні якісного контенту варто враховувати цільову аудиторію й адаптувати свої послуги відповідно до її потреб. Демонстрація туристичних послуг через візуальний контент сприяє їх успішному просуванню, привертає увагу молодих людей, які краще реагують на зображення та відео, ніж на текстові описи та стимулює бажання подорожувати. Якісний і цікавий контент забезпечує формування цільової аудиторії та довгострокову й регулярну комунікацію зі споживачами.

Бібліографічний список:

1. Digital 2023: global overview report. DataReportal. URL: <https://datareportal.com/reports/digital-2023-global-overview-report> (дата звернення: 15.04.2023)
2. 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. За ред. І.М. Поворознюк. Умань: ВПЦ «Візаві», 2022. С.36–65.
3. A look ahead: how younger generations are shaping the future of travel. Custom Research. Expedia group. URL: https://info.advertising.expedia.com/hubfs/Content_Docs/Premium_Content/pdf/2018%20-%20Gen%20Z%20Travel%20Trends%20Study.pdf?hsCtaTracking=a63196b4-62b8-4673-93e2-7d3ad0dc73e3%7Cfd9915c8-dc7f-492d-b123-265614cef08a (дата звернення: 16.04.2023)
4. Kyryliuk I. Social networks in the context of current trends in the development of the tourism industry. *Zeszyty naukowe*. Т. 20, R. X., N. 2/2021. Sucha Beskidzka 2021. p. 6–20.
5. 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*. 2022. Вип. 18. Т. 2. С.217–231. DOI: 10.15330/apred.2.18.217-231