



Міністерство освіти і науки України
Хмельницький національний університет
Технологічний університет Шеннон: Мідлендс Мід Вест (Ірландія)
Університет Казимира Великого, м. Бидгощ (Польща)
Академія професійної освіти «Меркур» (Словаччина)
Державний торговельно-економічний університет
Ужгородський національний університет
Чернівецький національний університет ім. Ю. Федьковича
Львівський державний університет фізичної культури ім. І. Боберського
Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана
Харківський національний університет ім. В.Н. Каразіна
Харківський національний економічний університет ім. С. Кузнеця
Харківський національний університет міського господарства імені О. М. Бекетова
Донецький національний університет ім. В. Стуса
Донецький національний університет економіки і торгівлі
Донецький національний університет економіки і торгівлі ім. М. Туган-Барановського
Національний університет «Полтавська політехніка імені Юрія Кондратюка»
Херсонський національний технічний університет
Прикарпатський національний університет ім. В. Стефаника



TUS



Erasmus+

СУЧАСНІ ТРЕНДИ, РЕАЛІЇ І ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ ТА ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОЇ СПРАВИ

Збірник матеріалів Міжнародної науково-практичної конференції

(м. Хмельницький – Меджибіж, 23-24 травня 2024 року)

Міністерство освіти і науки України
Хмельницький національний університет
Технологічний університет Шеннон: Мідлендс Мід Вест (Ірландія)
Університет Казимира Великого, м. Бидгощ (Польща)
Академія професійної освіти «Меркур» (Словаччина)
Державний торговельно-економічний університет
Ужгородський національний університет
Чернівецький національний університет ім. Ю. Федьковича
Львівський державний університет фізичної культури ім. І. Боберського
Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана
Харківський національний університет ім. В.Н. Каразіна
Харківський національний економічний університет ім. С. Кузнеця
Харківський національний університет міського господарства імені О. М. Бекетова
Донецький національний університет ім. В. Стуса
Донецький національний університет економіки і торгівлі
Донецький національний університет економіки і торгівлі ім. М. Туган-Барановського
Національний університет «Полтавська політехніка імені Юрія Кондратюка»
Херсонський національний технічний університет
Прикарпатський національний університет ім. В. Стефаніка

СУЧАСНІ ТРЕНДИ, РЕАЛІЇ І ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ ТА ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОЇ СПРАВИ

Збірник матеріалів Міжнародної науково-практичної конференції

(м. Хмельницький – Меджибіж, 23-24 травня 2024 року)

УДК [338.48:338.46]:001

C91

*Рекомендовано до друку як мережеве електронне видання
Вченою радою факультету управління, адміністрування та туризму
(протокол № 11 від 30 травня 2024 року)*

Редакційна колегія: канд. екон. наук, доц., **С. Матюх** (голова), д-р екон. наук, професор **Є. Рудніченко** (заступник); д-р екон. наук, професор **І. Журба**; канд. екон. наук, доцент **Л. Григор'єва**; канд. екон. наук, доцент **Л. Гризовська**; канд. екон. наук, доцент **Т. Томаля**; канд. екон. наук, доцент **О. Давидова**; канд. екон. наук, доцент **Н. Прилепа**; канд. техн. наук, доц., доцент **А. Рогова**; канд. екон. наук, доцент **І. Несторишен**.

Відповідальний секретар науково-програмного комітету конференції:

Гризовська Лілія Олександрівна – кандидат економічних наук, доцент, кафедри туризму та готельно-ресторанної справи Хмельницького національного університету.

Технічний секретар науково-програмного комітету конференції:

Гриндій Оксана Станіславівна – старший викладач кафедри туризму та готельно-ресторанної справи Хмельницького національного університету.

Сучасні тренди, реалії і перспективи розвитку туризму та готельно-ресторанної справи: збірник тез Міжнародної науково-практичної інтернет-конференції (Хмельницький – Меджибіж, 23-24 травня 2024 року). Хмельницький – Меджибіж: Хмельницький національний університет, 2024. 121 с.

У збірнику опубліковано тези доповідей Міжнародної науково-практичної інтернет-конференції «Сучасні тренди, реалії і перспективи розвитку туризму та готельно-ресторанної справи». Публікації відображають результати наукових пошуків авторів, присвячені висвітленню актуальних питань: світового туристичного ринку: тенденції та пріоритети зростання у цифровій економіці; національного туристичного ринку: виклики повоєнного відновлення; готельно - ресторанный справи та кейтерингу: регіональні практики; гастрономічних трендів України та Світу; туристичним кластерам у післявоєнній відбудові економічної системи України; форсайту розвитку туристичної системи; глобалізації і міжнародній логістиці та їх впливу на розвиток туристичної індустрії

Тези, включені до збірника, можуть становити інтерес як для науковців, викладачів, аспірантів, здобувачів вищої освіти, так і для практиків – фахівців у сфері туризму.

Збірник тез підготовлено кафедрою туризму та готельно-ресторанної справи Хмельницького національного університету

Точка зору редакційної колегії не завжди збігається з думкою авторів. У збірнику максимально точно збережена орфографія, пунктуація та стилістика, які були запропоновані учасниками конференції. Відповідальність за достовірність та якість поданого матеріалу несуть учасники конференції та їх наукові керівники.

УДК [338.48:338.46]:001

C91

Мережеве електронне видання

12,8 умовн.-друк. арк. Об'єм файлу 4,0 Мб.

Виготовлювач

29016, Хмельницький національний університет, вул. Інститутська 11, м. Хмельницький

© Хмельницький національний університет

©Колектив авторів, 2024

*Сайт кафедри туризму та готельно-ресторанної справи
Хмельницького національного університету: <https://tgrs.khmnu.edu.ua/>*

ЗМІСТ

НАПРЯМ 1. СВІТОВИЙ ТУРИСТИЧНИЙ РИНОК: ТЕНДЕНЦІЇ ТА ПРІОРИТЕТИ ЗРОСТАННЯ У ЦИФРОВІЙ ЕКОНОМІЦІ

Лариса ГОРОДЯНСЬКА Вплив інтернет-технологій на розвиток туристичної галузі в Україні	9
Валерія ГАРБУЗОВА Інноваційні маркетингові технології в туризмі: перспективи впровадження в регіонах України	10
Ольга СТОГНІЙЧУК Туризм у глобальній трансформації: відтінки змін та нові можливості	12
Олег МИРОНЮК, Галина КРУЛЬ Вплив штучного інтелекту на розвиток готельно-ресторанної індустрії	13
Віталій КОВАЛЬ, Ігор НЕСТОРИШЕН Особливості повоєнного відновлення індустрії туризму в Хорватії	15
Ольга НЕЧАЙ Вплив ринку криптовалют на розвиток туризму	17
Анна КОНДРАШИНА, Вероніка КОНДРАШИНА, Людмила ГРИГОР'ЄВА Організація екскурсійного супроводу купально-пляжного туризму в Єгипті	18

НАПРЯМ 2. НАЦІОНАЛЬНИЙ ТУРИСТИЧНИЙ РИНОК: ВИКЛИКИ ПОВОЄННОГО ВІДНОВЛЕННЯ

Віталій ЛЮБКА, Валентина СТАДНИК Ціннісно-орієнтований підхід до вдосконалення бізнес-процесів підприємств індустрії гостинності як умова розвитку їх ринкових можливостей	22
Сергій МАТЮХ, Наталія ГАВЛОВСЬКА, Євгеній РУДНІЧЕНКО Перспективи розвитку туристичного бізнесу в умовах війни	24
Ганна МАШКА Основні напрями повоєнного туристичного відновлення національного туристичного ринку в Україні	25
Наталія ГАБЧАК, Станіслав ГАБЧАК Ностальгічний туризм як одна з перспектив розвитку туризму в післявоєнний період	27
Наталія КАРВАЦКА Оцінювання стану та перспектив розвитку індустрії туризму в Україні	28
Каріна КОСОВСЬКА, Ігор ЖУРБА РОЗВИТОК Сільського зеленого туризму в хмельницькій області під час війни та післявоєнної відбудови	30
Юрій Цимбалістий, Ігор Журба Сфера дозвілля в індустрії туризму	32
Айрапет МАНАСЯН, Людмила БЕЗУГЛА Організація подієвого туризму в Україні	33
Діана КРАВЧЕНКО, Людмила БЕЗУГЛА Організація сільського туризму в Україні	35

НАПРЯМ 3. ГОТЕЛЬНО - РЕСТОРАННА СПРАВА ТА КЕЙТЕРИНГ: РЕГІОНАЛЬНІ ПРАКТИКИ

В. АНДРІЙЧУК, Наталія ПРИЛЕПА Основні елементи мотивації результативної праці в готельно-ресторанному бізнесі	37
Алла ВІТРЯК, Валерія КУЧЕРУК «CATERING» - складова закладів ресторанного господарства	38
Роман КОРСАК Інноваційні підходи у готельно-ресторанній освіті Європейського Союзу: найкращі	39

практики

Роман КОРСАК, Тетяна ГУШТАН Готельно-ресторанна справа: сучасні виклики для фахівців	40
Святозар МИЦКАН, Ірина РУМЯНЦЕВА Сучасне маркування продукції (екомаркування)	42
Мар'яна ПОПИК, Роман ШУЛЛА, Уляна ХАНАС Цінова політики підприємства готельно-ресторанного бізнесу: поняття та фактори впливу	43
Вікторія КОНДРАТЮК, Алла РОГОВА Сучасні виклики сталого розвитку ресторанного бізнесу	45
Anastasia KOZAK, Tatyana TOMALIA Key strategies for successful catering in children's entertainment centers	47

НАПРЯМ 4. ГАСТРОНОМІЧНІ ТРЕНДИ УКРАЇНИ ТА СВІТУ

К. ТЕТЕРУК, Наталія ПРИЛЕПА Сучасні гастрономічні тренди та перспективи їх використання у виїзному кейтерингу	49
Тетяна МАРУСЕЙ Особливості крафтового виробництва в розвитку туризму	50
Юлія БЛАЖЕНКО, Людмила ГРИГОР'ЄВА Гастрономічний потенціал Іспанії	52
Анастасія ВІКОНСЬКА, Ірина РУМЯНЦЕВА Тенденції у виборі харчових добавок	53
Тетяна ДРАГАНОВА Гастротуризм в Україні: перспективи розвитку та переваги	55
Іванна БУГАЙ, Людмила ГРИГОР'ЄВА Гастрономічний потенціал та його тренди в Туреччині	56
Григорій ДЕЙНИЧЕНКО, Інна ЗОЛОТУХІНА Основні напрямки використання молочно-білкових напівфабрикатів з додаванням рослинної сировини	58
Дмитро МАРЧУК, Софія КАЧАЛА Гастротуризм в Карпатському регіоні, як інструмент просування крафтового виробництва в Україні	59
Назарій СТРУК, Оксана ГРИНДІЙ Гастрономічні тренди України та Світу: вплив культури, географії та суспільних змін	61

НАПРЯМ 5. ТУРИСТИЧНІ КЛАСТЕРИ У ПІСЛЯВОЄННІЙ ВІДБУДОВІ ЕКОНОМІЧНОЇ СИСТЕМИ УКРАЇНИ

Тетяна МАРУСЕЙ Туристичні кластери як інструмент економічного розвитку регіону	63
Гліб ІГНАТЕНКО Шляхи популяризації культурної спадщини міста із незначною туристичною привабливістю	65
Аліна ТУРИК Культурно-етнічний туризм як інструмент підвищення туристичної привабливості регіону	66

НАПРЯМ 6. ФОРСАЙТ РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНОЇ СИСТЕМИ

Ярослав ПРОКОПЕЦЬ, Ігор НЕСТОРИШЕН Роль державно-приватного партнерства у стимулюванні конкурентоспроможності підприємств індустрії гостинності	68
Діана БУДНІК, Лілія ГРИЗОВСЬКА Стан та можливості розвитку екологічного туризму в Україні	70
Анна СОРОКА, Оксана ГРИНДІЙ Розвиток дитячого туризму в Україні: стан та перспективи розвитку	71

Людмила ГРИГОР'ЄВА Потенціал формування регіональних ринків медичного туризму в Україні в умовах воєнного стану 72

Софія ДИБА, Людмила БЕЗУГЛА Особливості розвитку екологічного туризму на територіях природно-заповідного фонду 74

НАПРЯМ 7 ГЛОБАЛІЗАЦІЯ І МІЖНАРОДНА ЛОГІСТИКА ТА ЇХ ВПЛИВ НА РОЗВИТОК ТУРИСТИЧНОЇ ІНДУСТРІЇ

Тетяна ГУШТАН, Роман КОРСАК Вплив глобалізаційних процесів та логістичних підходів на розвиток сфери туризму та гостинності 77

Лариса ЛЮБОХИНЕЦЬ, Євгеній ПОПЛАВСЬКИЙ, Ангеліна ДИРКАЧ Гнучке управління логістичними системами в умовах сучасних глобальних викликів 79

Вероніка МАЗУР, Лілія ГРИЗОВСЬКА Стан та можливості розвитку оздоровчого spa- та wellness-туризму в світі 80

Надія ХОМА, Лілія ГРИЗОВСЬКА Туристичні формальності: вплив глобалізації на паспортно-візові, митні, валютні та санітарні процедури 82

Світлана КРАСЬКО, Оксана ГРИНДІЙ Організація круїзного туризму світовий досвід для України 84

Олександр ШЛЯХОВИЙ, Андрій ГОНЧАРУК Особливості формування системи логістичного обслуговування операційної діяльності підприємств 85

Вадим КАРПЕНКО, Микола ПІДКАМІНСЬКИЙ, Олександр ШЛЯХОВИЙ Теоретичні аспекти ресурсного підходу до управління логістичною діяльністю промислового підприємства 87

Вадим КАРПЕНКО, Андрій ГОНЧАРУК Аспекти управління логістичною діяльністю підприємств легкої промисловості 88

Микола ПІДКАМІНСЬКИЙ, Андрій ГОНЧАРУК Теоретичні аспекти управління ресурсами промислового підприємства 89

Лариса ЛЮБОХИНЕЦЬ, Ігор ДЬЯЧОК, Володимир ГАБАЙ Диверсифікація діяльності підприємницьких структур в умовах циркулярної економіки 91

Лариса ЛЮБОХИНЕЦЬ, Артем ОШОВСЬКИЙ, Андрій ШАЦЬКИЙ Напрями використання гнучкого управління для забезпечення економічної безпеки функціонування підприємницьких структур 92

НАПРЯМ 8. СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНІ АСПЕКТИ ФУНКЦІОНУВАННЯ СФЕРИ ТУРИЗМУ, ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОЇ СПРАВИ, МЕНЕДЖМЕНТУ ТА ПІДПРИЄМНИЦТВА

Анжеліка НЕТРЕБА, Геннадій КАПНОС Соціально-економічні аспекти функціонування сфери менеджменту та підприємництва 94

Людмила БЕЗУГЛА, Марія БЄЛОБОРОДОВА Ревіталізація промислової спадщини в туристично-рекреаційні осередки на засадах сталості 96

Мирослава БОСОВСЬКА, Маргарита БОЙКО, Надія ВЕДМІДЬ Трансформаційні виклики та цифрові тренди у сфері гостинності в пост-кризових умовах 97

Тетяна НАЗАРЧУК, Віталій КОВАЛЬЧУК, Іван КУШКА Роль брендингу у конкурентоспроможності підприємства 100

Артем ГОРПИНИЧ Соціально-економічні аспекти імпаکت-бізнесу закладів ресторанної справи	101
Ніла ТЮРИНА, Іван КУШКА, Олександр ГУРНИЦЬКИЙ Трансформаційні зміни hr-менеджменту в кризових умовах	101
Оксана ЯРЕМЕНКО Соціально-економічні аспекти відповідальності підприємництва	104
Каріна ДЗЮБАН, Лілія ГРИЗОВСЬКА Концептуальні засади менеджменту якості туристичних послуг	105
Анастасія ЖУКОВСЬКА, Вікторія ДУГА Залучення гостей до ресторану: роль медіа та інтернет-маркетингу	107
Ірина ВЛАСЮК, Парфірій ГАВРИЛЮК Особливості управління маркетинговою діяльністю підприємств	108
Сергій МАТЮХ, Дмитро КОРБУТ, Євгеній РУДНІЧЕНКО МІСЦЕ Процесів стратегічного управління у забезпеченні економічної безпеки підприємства	109
Олег АЛЕКСІЄНКО, Сергій КОРБУТ, Анастасія ДОВГА Кадрова безпека у контексті стратегічного управління підприємствами	111
Сергій ЙОЛКІН, Віталій СЕМЕНЧЕНКО, Анастасія ДОВГА Кадрова безпека підприємства в умовах кризи	112
Максим ГАДЖУК, Валентина СТАДНИК Нематеріальні ресурси туристичного менеджменту: вплив та ефективність	113
Максим НИКОНЧУК, Людмила БЕЗУГЛА Роль музеїв у формуванні бренду міста (на прикладі музею історії Дніпра)	115
Марія БЄЛКОВА, Людмила БЕЗУГЛА Особливості маркетингової діяльності в туристичній сфері	117
Юрій ЦВІГУН, Ігор ЖУРБА Аксиологічні засади становлення сільського зеленого туризму	118

НАПРЯМ 1. СВІТОВИЙ ТУРИСТИЧНИЙ РИНОК: ТЕНДЕНЦІ ТА ПРІОРИТЕТИ ЗРОСТАННЯ У ЦИФРОВІЙ ЕКОНОМІЦІ

Лариса ГОРОДЯНСЬКА
Київський національний університет технологій та дизайну

ВПЛИВ ІНТЕРНЕТ-ТЕХНОЛОГІЙ НА РОЗВИТОК ТУРИСТИЧНОЇ ГАЛУЗІ В УКРАЇНІ

У сучасному світі інформаційні технології суттєво впливають на різні сфери життя, включаючи туризм. Інтернет стає все більш важливим інструментом під час подорожей, забезпечуючи доступ до інформації, бронювання послуг та спілкування між туристами й представниками туристичного бізнесу. У 2023 році 48 % користувачів смартфонів у США комфортно шукали, планували та бронювали туристичні поїздки з використанням мобільних пристроїв [1]. Аналогічна тенденція спостерігалася і в Європі, де 45 % британських та 44 % французьких мандрівників комфортно планували та бронювали усю поїздку з використанням мобільних пристроїв. Україна, яка є цифровою державою, багата на історичні та природні атракції, може використати означені переваги для поживлення туристичної галузі в умовах воєнного стану.

Метою дослідження є визначення напрямів впливу інтернет-технологій на розвиток туристичної галузі України.

Повсюдне використання Інтернету в світі вимагає від суб'єктів туристичного бізнесу України активної адаптації до цифрової реальності. На даний час вплив інтернет-технологій на туристичну галузь України є значним і багатограним, оскільки вони охоплюють всі аспекти туристичної індустрії, від пошуку інформації до бронювання послуг та взаємодії з клієнтами. Зокрема, Інтернет як засіб комунікації надає туристам широкі можливості доступу до інформації про туристичні об'єкти, маршрути, події, рекомендації та відгуки інших мандрівників. Це допомагає туристам зробити обґрунтований вибір туру та знаходити найкращі місця для відпочинку в Україні. Ефективне використання інтернет-ресурсів у туристичному бізнесі надає клієнтам можливості активного пошуку на популярних онлайн-платформах, постійне оновлення інформації та забезпечення зручного сервісу у форматі 24/7. Також важливим є створення власних веб-сайтів та удосконалення мобільних додатків з метою залучення клієнтів. Завдяки онлайн-платформам і сервісам бронювання готелів, гостьових будинків, екскурсій, авіаквитків та інших туристичних послуг, туристи можуть легко та зручно забронювати необхідні послуги до початку подорожі. Це забезпечує зростання ефективності організації туристичної поїздки.

Суб'єкти туристичного бізнесу України широко використовують інтернет-ресурси, такі як Booking.com, Airbnb, TripAdvisor, які дозволяють туристам оперативної та комфортно знаходити та бронювати житло та екскурсії. Крім цього, сайти з інформацією про туристичні маршрути, а також соціальні мережі, де туристи розміщують публікації про власний досвід подорожей, також відіграють важливу роль у виборі місць відпочинку.

Активне використання соціальних мереж, блогів, відео-контенту та інших цифрових каналів зв'язку дозволяє суб'єктам туристичного бізнесу ефективно просувати свої послуги, залучати нових клієнтів та мінімізувати власні витрати. Перевагами використання соціальних мереж є створення нових можливостей для збільшення обсягів продажів та розширення цільової аудиторії. Разом з цим, суб'єктам туристичного бізнесу необхідно враховувати загрози, які можуть виникати під час використання мережі Інтернет [2].

Туристичні підприємства повинні розвивати систему інтернет-маркетингу за складовими комплексу маркетингу, акцентуючи на розвитку туристичного продукту. Туристичні підприємства, які успішно використовують інтернет-технології та розвивають систему інтернет-маркетингу [3, с. 77], стають більш конкурентоспроможними на ринку, оскільки вони можуть пропонувати клієнтам більше зручних та інноваційних послуг, а також збільшити ефективність просування туристичних продуктів. Завдяки Інтернету туристам надається можливість персоналізувати власні подорожі, обираючи саме ті послуги, які відповідають їхнім потребам та уподобанням. Також це дозволяє забезпечити більшу зручність та індивідуальний підхід до кожного клієнта. З огляду на зростання ролі Інтернету у туризмі, захист персональних даних туристів стає надзвичайно важливим завданням. Туристичні компанії повинні вживати заходів для захисту: конфіденційності та цілісності інформації; критичної інформації про бізнес (обсяги продажів, плани реагування на надзвичайні ситуації тощо); бази даних своїх клієнтів та запобігання кібератакам [2, с. 60].

Варто зазначити, що разом з перевагами використання інтернет-технологій в туристичній сфері існують і виклики, такі як кібербезпека, військова російська агресія, нестабільність в мережі, латентна конкуренція тощо. Тому важливо вітчизняним суб'єктам туристичного бізнесу розвивати цифрову грамотність або цифрову компетентність працівників [4, с. 213-215] та удосконалювати якість своїх туристичних послуг.

Отже, інтернет-технології відкривають безліч можливостей для розвитку туристичної галузі в Україні. Прискорення цього процесу вимагає від суб'єктів туристичного бізнесу не лише активного використання інтернет-ресурсів, але й уваги до забезпечення заходів з кібербезпеки (належного захисту клієнтської бази та персональних даних, навчання персоналу). Ретельне планування та інноваційні підходи до використання інтернет-технологій допоможуть українській туристичній галузі покращити якість обслуговування

міжнародних туристів, визначити пріоритетні напрями повоєнного відновлення туризму та гармонійний розвиток безпечних для туристичних подорожей регіонів України.

Перспективою подальших досліджень є визначення особливостей створення освітніх веб-ресурсів у сфері туризму з метою підвищення безпеки та конкурентоспроможності туристичного бізнесу, а також привертання більшої кількості туристів до України.

Література

1. Rappensperger T. Tourism Marketing Strategies for 2021 and Beyond (2023). Regiondo : website. URL: <https://pro.regiondo.com/blog/tourism-marketing-strategies/> (дата звернення: 19.03.2024).
2. Городянська Л. В. Кіберзагрози у малому бізнесі в сучасних умовах. *Нові інформаційні технології управління бізнесом* : збірник тез VII Всеукраїнської науково-практичної конференції, м. Київ, 15 лют. 2024 р. Київ : Спілка автоматизаторів бізнесу, 2024. С. 59-62. URL: <https://er.knutd.edu.ua/handle/123456789/25775>.
3. Панченко В. А., Баран Р. Я. Перспективні сфери та напрями розвитку туристичного сектора України із застосуванням сучасного маркетингового інструментарію. *Вісник Хмельницького національного університету*. 2021. № 5. Том 1. С. 76-81. URL: <http://journals.khnu.km.ua/vestnik/?p=8593> (дата звернення: 19.03.2024).
4. Городянська Л. В. Роль цифрової компетентності фахівця у сфері кібербезпеки в умовах воєнних загроз. *Формування компетентностей обдарованої особистості в системі позашкільної та вищої освіти* : науковий журнал. 2023. № 1. С. 210-217. URL: <https://er.knutd.edu.ua/handle/123456789/24858>. DOI: 10.18372/2786-823.1.17497.

Валерія ГАРБУЗОВА

Східноукраїнський національний університет імені Володимира Даля

ІННОВАЦІЙНІ МАРКЕТИНГОВІ ТЕХНОЛОГІЇ В ТУРИЗМІ: ПЕРСПЕКТИВИ ВПРОВАДЖЕННЯ В РЕГІОНАХ УКРАЇНИ

Туристична індустрія є одним з найбільш прибуткових і динамічних секторів світової економіки, що сприяє економічному зростанню внаслідок збільшенню прибутків, ефективному використанню природного та історико-культурного потенціалу. У висококонкурентному ринковому середовищі туристична галузь вимушена використовувати спеціалізовані маркетингові інструменти для успішної та ефективної роботи, тільки за цих умов вона задовольнятиме потреби ринку та досягне високої рентабельності. Отже потреба у вдосконаленні маркетингового інструментарію туристичної індустрії є актуальною у будь-який час.

Питання, пов'язані з впровадженням інноваційних маркетингових технологій в туризм, вже досліджували такі вітчизняні науковці як В. Зайцева, З. Бурик, О. Підвальна, Л. Масловська та ін. Як відзначають вчені, значення маркетингу для туристичної сфери проявляється в його ролі у створенні, стимулюванні попиту на туристичні продукти та в підвищенні лояльності споживачів до них. Численні дослідження відображають сутність туристичного маркетингу, його різновиди, інструменти і технології, які сприяють отриманню конкурентних переваг і збільшенню потоку туристів.

У цьому контексті є необхідність в обґрунтуванні важливості маркетингових інновацій у розвитку вітчизняної туристичної індустрії на місцевому, регіональному, національному рівні.

Інновації стають не лише критичною умовою існування сучасного суспільства, але й ключовим фактором у мінливому світі бізнесу. Результати досліджень у різних сферах життєдіяльності вже продемонстрували вагомість інновацій та їх вплив на маркетинг. Однією з головних причин цього є те, що компанії можуть досягти успіху та отримати конкурентну перевагу завдяки інноваційним продуктам, процесам або послугам. У сучасному світі, де панує жорстка конкуренція, ключовим є здатність бути лідером і здобути найбільшу частку ринку, розуміючи потреби мінливих клієнтів (що особливо притаманно для сфери туризму) і задовольняючи їх [1].

Всесвітня туристична організація розглядає наступні ключові функції маркетингових технологій, що передбачають інноваційну складову, в туристичній сфері:

1. Створення нових можливостей для спілкування за допомогою інновацій – це процес розробки нових ідей, які задовольняють потреби та запити потенційних туристів. Інновації повинні відкривати нові перспективи для продажу.

2. Встановлення зв'язку з клієнтами, що використовують туристичні сервіси. Основною метою є переконання туристів, що туристичний продукт повністю задовольняє їхні потреби та вимоги щодо місця відпочинку, сервісу і привабливості наявних природних ресурсів.

3. Моніторинг результатів послуг - це аналіз ефективності маркетингових заходів та оцінка їх впливу на ринок. Це включає аналіз співвідношення витрат до отриманого прибутку [2].

Впровадження концепції Інтернет-маркетингу в туристичному секторі включає в себе різноманітні стратегії, такі як мобільний, вірусний та блог-маркетинг.

Мережеве електронне видання

**СУЧАСНІ ТRENДИ, РЕАЛІЇ І ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ ТА
ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОЇ СПРАВИ**

Збірник матеріалів
Міжнародної науково-практичної конференції
(м. Хмельницький – Меджибіж, 23-24 травня 2024 року)

Відповідальний редактор
Гризівська Л.О.

Технічне редагування
Гриндії О.С.

вул. Ієрменський, 11
м. Хмельницький, Україна, 29016
тел: (0382) 67-02-76
факс: (0382) 67-42-65,
<https://hnu.edu.ua/>
E-mail: centr@hnu.edu.ua,



**KHMEЛNYTSKYI
NATIONAL
UNIVERSITY**