

них. Блогери є зацікавленими у просуванні туристичної послуги, а їх підписними більш лояльно будуть сприймати туристичну послугу компанії.

Важливо, відповідати на відгуки на туристичні послуги, які надавалися туристичною компанією, незважаючи чи вони є позитивними чи негативними. Відповіді на відгуки підвищують довіру існуючих та майбутніх клієнтів користувачів туристичного продукту або послуги та в цілому до підприємства. Крім того, це може підвищити рейтинг веб-сайту туристичної компанії, а також підвищити рівень просування сторінок у соціальних мережах, а отже і більшу її впізнавальність серед майбутніх та постійних клієнтів.

Отже, незважаючи на важкі умови функціонування українські туристичні підприємства мають можливість використовувати маркетингові стратегії для просування власних туристичних продуктів на ринку. Вважаємо, що комунікаційні інструменти сьогодні є важливими у зростанні конкуренції як туристичної фірми у цілому, так і її послуг.

Список використаних джерел:

1.Відновлення туристичних потоків: у 2021 до України приїхало понад 3 млн іноземців.
URL: <https://mtu.gov.ua/news/33238.html>

2.Бордун Ореста, Шевчук Віра, Монастирський Володимир, Лучка Ольга. Втрати та напрями порятунку туристичного бізнесу України в умовах війни. URL: https://geography.lnu.edu.ua/wp-content/uploads/2023/02/Bordun-Visnuk_Univer_Economics-stattya-22.pdf

3.Theresa Rappensperger. Tourism Marketing Strategies for 2021 and Beyond.
https://pro.regiondo.com/blog/tourism-marketing-strategies/#14_tourism_marketing_strategies_to_help_you_succeed_in_2021_and_beyond

Фербей Г. М.

здобувачка 4 курсу ОКР «Бакалавр»

Рилєєв С. В.

*кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри
фінансів, обліку і оподаткування*

*Чернівецький торговельно-економічний інститут
Державного торговельно-економічного університету*

м. Чернівці, Україна

СТРАТЕГІЇ РОЗВИТКУ ГОСТИННОСТІ ТА ТУРИЗМУ В УМОВАХ ВІЙНИ ТА ПІСЛЯВОЄННОГО ВІДНОВЛЕННЯ

Розвиток гостинності та туризму має велике значення для держави в багатьох аспектах. У першу чергу це економічний розвиток. Туризм є однією з найбільш швидкозростаючих галузей світової економіки. Він сприяє створенню робочих місць, збільшенню доходу та валового внутрішнього продукту країни. Туристи ходять у готелі, ресторани, магазини, музеї та інші туристичні об'єкти, сприяючи розвитку малого та середнього бізнесу.

По-друге, це проекція образу країни. Розвиток туризму дозволяє країні показати свої унікальні культурні, історичні та природні цінності. Він надає можливість передати свої традиції, гостинність та красу країни.

По-третє, це соціокультурна взаємодія [1]. Туризм сприяє культурному обміну між різними народами, допомагає зберегти традиції та культурну спадщину, а також розширює світогляд та знання туристів.

По-четверте, це соціальне благополуччя та регіональний розвиток. Туристичний потік до регіонів та міст може сприяти розвитку інфраструктури, комунікацій, транспорту та інших сфер господарства, що зміцнює соціальне благополуччя та життєвий рівень місцевого населення.

По-п'яте, це збереження природного середовища та культурної спадщини. Зацікавленість у туризмі спонукає країни й різні організації зберігати та охороняти природні парки, заповідники, музеї тощо. Це є ключовим фактором у збереженні природи та культурного надбання.

Розвиток гостинності та туризму є важливим для української економіки й культури. Умови воєнного стану суттєво впливають на розвиток туризму та гостинності в Україні, але існують стратегії, які можна використовувати для залучення туристів та збереження розвитку цих галузей навіть у таких умовах:

1. Зміна напрямку туризму: Враховуючи обмеження та ризики безпеки можна змінити фокус на безпечніші регіони - розвивати туризм в міських центрах, природних резерватах та курортах, що є за межами зони бойових дій.

2. Промоція безпеки та стабільності: Важливо націлити зусилля на комунікацію щодо безпеки та стабільності інших регіонів України, де ситуація є стабільнішою [1]. Потрібно використовувати соціальні мережі, медіа та маркетинг, щоб привернути увагу туристів та показати їм, що безпечні регіони є хорошим варіантом для відпочинку та подорожей.

3. Розвиток альтернативних видів туризму: Наприклад, еко-туризм, культурний туризм, гастрономічний туризм або медичний туризм. Вони можуть зацікавити туристів, які шукають нові враження та відпочинок.

4. Підтримка туристичних підприємств: Уряд може надавати фінансову підтримку туристичним підприємствам, щоб зберегти їх роботу та розвиток у складних умовах.

5. Розширення міжнародного співробітництва: Це може допомогти залучити іноземних туристів та інвесторів, а також сприяє обміну досвідом та знаннями для розвитку туризму та гостинності в Україні.

Важливо пам'ятати, що безпека туристів та гостинність мають бути на першому плані. Слід дотримуватися рекомендацій влади та органів безпеки.

Після війни важливо розробити стратегії поствоєнного розвитку туризму та гостинності в Україні. Ось кілька можливих стратегій:

А. Відновлення туристичної інфраструктури: Першим кроком буде відновлення пошкоджених внаслідок війни туристичних об'єктів, готелів, ресторанів та інших закладів [2]. Для цього можна залучити інвестиції від приватних компаній та міжнародних організацій.

Б. Маркетинг: Потрібно розробити ефективний маркетинг для

привернення уваги туристів до України. Це може включати рекламу, участь у міжнародних виставках та подіях, створення туристичних пакетів та спеціальних пропозицій для туристів.

В. Розвиток нових туристичних маршрутів: Це можуть бути культурні маршрути, екологічні маршрути, гастрономічні маршрути та інші. Розробка цих маршрутів вимагає співпраці з місцевими громадами та підприємцями.

Г. Підтримка малого та середнього бізнесу: Важливо створити сприятливі умови для розвитку малого та середнього бізнесу в галузі туризму та гостинності. Це може включати фінансову підтримку, навчання та консультування підприємців, спрощення процедури реєстрації бізнесу та ліцензування.

Д. Покращення якості послуг: Важливо забезпечити високу якість послуг у галузі туризму та гостинності. Це можна зробити шляхом навчання персоналу, удосконалення стандартів обслуговування, впровадження інноваційних технологій та систем якості.

Е. Співпраця з міжнародними організаціями та туроператорами для збільшення кількості партнерів. Це може включати підписання угод про співробітництво, участь у міжнародних проектах та обмін досвідом.

Ці стратегії зможуть допомогти відновити туризм та гостинність в Україні після війни та забезпечити стабільний розвиток цих галузей економіки нашої держави.

Список використаних джерел:

1. Тренди розвитку індустрії гостинності України в умовах війни. URL: https://tourlib.net/statti_ukr/tereshkin.htm (дата звернення: 12.11.2023).
2. Перспективи післявоєнного відновлення сфери туризму в Україні. URL: https://tourlib.net/statti_ukr/moca.htm (дата звернення: 12.11.2023).

Фроленкова Н.А.

кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри менеджменту

Мамай Б.В.

здобувач вищої освіти першого (бакалаврського) рівня

Національний університет водного господарства

та природокористування

м. Рівне, Україна

РОЛЬ SMM У РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ ІНДУСТРІЇ ТУРИЗМУ ТА ГОСТИННОСТІ

Соціальний медіа маркетинг або маркетинг соціальних мереж (SMM), є новим напрямком діяльності для сучасних компаній, який вони активно впроваджують незалежно від свого розміру та специфіки.

Соціальний медіа маркетинг – особливий інструмент Інтернет маркетингу, що передбачає просування продукту, послуги, компанії чи бранда за рахунок