

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ДЕРЖАВНИЙ ТОРГОВЕЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ВІННИЦЬКИЙ ТОРГОВЕЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИЙ ІНСТИТУТ

Кафедра туризму та готельно-ресторанної справи

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

на тему:

**«СОЦІАЛЬНІ МЕРЕЖІ ЯК ЗАСІБ ПРОСУВАННЯ ТУРИСТИЧНОГО
ПІДПРИЄМСТВА»**

(на матеріалах ТОВ «ТКБ»)

Здобувача вищої освіти
4 курсу, групи Т-41д,
спеціальності 242 «Туризм»
освітньої програми
«Туризм»

Кондренкової
Дар'ї
Сергіївни

Науковий керівник
доктор історичних наук,
професор

Чорна
Наталія
Миколаївна

Гарант освітньо-професійної
програми
кандидат економічних наук,
доцент

Онищук
Наталія
Вікторівна

ЗМІСТ

ВСТУП.....	3
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ДОСЛІДЖЕННЯ МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ТУРИСТИЧНОГО ПІДПРИЄМСТВА В СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖАХ.....	6
1.1 Поняття соціальних мереж, їх класифікація та місце в інформаційно- комунікаційному просторі України.....	6
1.2 Маркетинг у соціальних мережах: зміст та етапи реалізації.....	11
1.3 Роль соціальних мереж у просуванні туристичних підприємств в сучасних умовах господарювання.....	16
РОЗДІЛ 2. ДОСЛІДЖЕННЯ МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ТОВ «ТКБ» У СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖАХ.....	20
2.1 Організаційно-економічна та фінансово-господарська характеристика ТОВ «ТКБ».....	20
2.2 Аналіз маркетингової діяльності підприємства.....	27
2.3 Аналіз діяльності туристичного підприємства в соціальних мережах.....	32
РОЗДІЛ 3. ШЛЯХИ УДОСКОНАЛЕННЯ МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ТОВ «ТКБ» У СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖАХ.....	39
3.1 Тренди та тенденції розвитку туристичної галузі та соціальних мереж в умовах пандемії covid-19 та війни росії проти України.....	39
3.2 Заходи щодо удосконалення просування ТОВ «ТКБ» у соціальних мережах та очікувана їх ефективність	44
ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ.....	50
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	53
ДОДАТКИ.....	58

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

- 1 Альтер А. Нездоланні. Про технології, які призводять до звикання, і про бізнес, який тримає на гачку (MIM) ; пер з англ О. Бабушко. Київ : Book Shtef, 2017. 352 с.
- 2 Бондар А. Соціальні мережі як інструмент формування внутрішнього і зовнішнього бренду території. *Політичний менеджмент*. 2012. № 1-2. С. 82-87. URL : https://ipiend.gov.ua/wp-content/uploads/2018/08/bodnar_sotsialni.pdf (дата звернення: 20.03.2023)
- 3 Виноградова О.В., Недопако Н.М. Маркетинг у соціальних мережах : навч. посібн. Київ : Державний університет телекомунікацій 2022. 202 с.
- 4 Гвоздева А.А., Філіна О.В. Фейсбук та Інстаграм. Від створення сторінки до розвиненої спільноти за 30 днів. Книга-тренінг. Київ : Генезіс, 2021. 292 с.
- 5 Грищенко О., Нешева А. Соціальний медіа маркетинг як інструмент просування продукту підприємства. *Маркетинг і менеджмент інновацій*. 2013. 34. С. 86-98.
- 6 Еяль Н., Гувер Р. На гачку. Як створити продукт, що чіпляє ; пер з англ. Г. Грищенко. Київ : Наш формат, 2017. 192 с.
- 7 Забеліна О.М. SMM-стратегія як інноваційна технологія в соціокультурному просторі. *Вісник Харківської державної академії культури. Серія : Соціальні комунікації*. 2017. Вип. 50. С. 207-215. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/haksk_2017_50_20 (дата звернення: 20.03.2023)
- 8 Кіш Г.В. Сучасні туристичні тенденції в постпандемічний період. *Таврійський науковий вісник. Серія: Економіка*. 2021. Вип. 7. С. 27-34. URL : https://dspace.uzhnu.edu.ua/jspui/bitstream/lib/36013/1/%d0%a5%d0%93%d0%90%d0%a3-agro.ksauniv%20%e2%84%967_2021.pdf (дата звернення: 20.03.2023)

9 Климська В. Скільки втратив туризм України через пандемію. Сума шокує. URL : <https://omore.city/articles/123449/vtrati-turizmu-ukraini-u-2020-roci-cherez-pandemiya> (дата звернення: 20.03.2023)

10 Кондратенко М. За рік українців у соцмережах стало більше на сім мільйонів. URL : <https://www.dw.com/uk/za-rik-karantynu-kilkist-ukraintsiv-u-sotsmerezhakh-zroslo-na-sim-milioniv/a-56899697> (дата звернення: 20.03.2023)

11 Кондренкова Д. С. Поняття соціальних мереж, їх класифікація та місце в комунікаційному просторі України. *Актуальні проблеми ефективного соціально-економічного розвитку України: пошук молодих* : Зб. матеріалів XII Всеукр. студ. наук.-практ. конф. (м. Вінниця, 20 квітня 2023 р.). Вип. 175. Вінниця : ВРР ВТЕІ ДТЕУ, 2023. С. 28-34. URL : http://www.vtei.com.ua/doc/2023/vatra2004/zb20_175.pdf (дата звернення: 20.03.2023)

12 Концепція маркетинг-мікс: 4Р, 5Р, 7Р. URL : <https://www.bmb.com.ua/2021/02/4p-5p-7p.html> (дата звернення: 14.01.2023)

13 Кудряшов Д., Козлов Є. Адміністратор Instagram. керівництво із заробітку. Київ : Book Shtef, 2019. 320 с.

14 Ларіна Я., Рябчик А. Поведінка споживачів : навч. посібн. Херсон : Олді+, 2020. 284 с.

15 Маккі Р., Джерас Т. Сторіноміка маркетингу в пост рекламну епоху : пер. з англ. Є. Голобородько. Київ : Vivat, 2019. 240 с.

16 Найкращі SMM-інструменти 2023 року. URL : <https://www.websiteplanet.com/uk/social-media-tools/> (дата звернення: 20.03.2023)

17 Найпопулярніші соцмережі в Україні під час війни – дослідження Global Logic. URL : <https://mezha.media/2022/08/06/naypopuliarnishi-sotsmerezhi-v-ukraini-pid-chas-viyny-doslidzhennia-global-logic/> (дата звернення: 20.03.2023)

18 Ньюзум Е. Гучніше! Як створювати гучні підкасти : пер. з англ. Г. Пшенична. Київ : Vivat, 2022. 336 с.

19 Офіційний сайт YouControl (інформація про ТОВ «ТКБ»). URL : https://youcontrol.com.ua/catalog/company_details/39485549/ (дата звернення: 20.03.2023)

20 Офіційний сайт Туристичного клубу «Біжняжка». URL : <https://tcb.com.ua> (дата звернення: 14.02.2023)

21 Пандемія COVID-19 та її наслідки у сфері туризму в Україні. Оновлення до документу «Дорожня карта конкурентоспроможного розвитку сфери туризму в Україні». URL : https://vo.uu.edu.ua/pluginfile.php/595059/mod_resource/content/1/%D0%A0%D0%A2%D0%9F%20%D1%96%20%D0%BF%D0%B0%D0%BD%D0%B4%D0%B5%D0%BC%D1%96%D1%8F.pdf (дата звернення: 20.03.2023)

22 Піняк І.Л. Класифікація соціальних медіа. *Маркетингові технології підприємств в сучасному науково-технічному середовищі* : Матеріали Регіон. наук.-практ. Інтернет-конф. молодих вчених та студентів (м. Тернопіль, 8 листопада 2019 р). Тернопіль : ТНТУ, 2019. С. 141-142. URL : https://elartu.tntu.edu.ua/bitstream/lib/29379/2/RSPIC_2019_Pinyak_I-The_social_media_categories_141-142.pdf (дата звернення: 12.03.2023)

23 Руднева М.Г. Інформаційні методи і технології в туризмі. *Стратегія розвитку України*. 2019. № 1. С. 145-151.

24 Скільки іноземців побувало в Україні за 2021 рік. URL : <https://www.the-village.com.ua/village/city/city-news/321701-skilki-inozemtsiv-pobuvalo-v-ukrayini-za-2021-rik> (дата звернення: 20.03.2023)

25 Скотт Д.М. Фанократія. Перетворення фанатів на клієнтів і клієнтів на фанів ; пер. Д. Антонюк. Київ : Yakaboo Publishing, 2020. 272 с.

26 Сова В.В. Маркетингові комунікації підприємств у соціальних медіа. *Сталий розвиток економіки*. 2011. Вип. 2 (5). С. 276-279. URL : <http://intkonf.org/sova-vv-marketing-u-sotsialnih-media/> (дата звернення: 12.02.2023)

27 Соціальна мережа Фейсбук – що це таке та як користуватися. URL : <https://mydovidka.com/facebook/socialna-merezha-fejsbuk-shho-ce-take-yak-koristuvatisya/> (дата звернення: 05.02.2023)

28 Соціальні мережі: поняття, історія виникнення. URL : <https://zounb.zp.ua/resourse/zaporizkyy-kray/zaporizhzhya-bibliotechne/fahova-osvita/socialni-merezhi-piv> (дата звернення: 05.02.2023)

29 Стелзнер М. Контент-маркетинг. Нові способи залучення клієнтів в епоху Інтернету. Київ : Манн, Іванов і Фербер, 2012. 283 с.

30 Сторінка Туристичного клубу «Бідняжка» у соціальній мережі «Facebook». URL : <https://www.facebook.com/bidniazhka> (дата звернення: 11.03.2023)

31 Сторінка Туристичного клубу «Бідняжка» у соціальній мережі «Instagram». URL : https://www.instagram.com/tur_klub_bidniazhka/ (дата звернення: 20.03.2023)

32 Сторінка Туристичного оператора «Бомба-Тур» у соціальній мережі «Facebook». URL : <https://www.facebook.com/bomba.travel> (дата звернення: 11.03.2023)

33 Сторінка Туристичного оператора «Бомба-Тур» у соціальній мережі «Instagram». URL : https://www.instagram.com/bomba_tour/?fbclid=IwAR0BT3QIhKzDnfvNgTbrh0yWZy2JgGe8nr89cwej1HRKhdeLW4-qyPGDOdY (дата звернення: 20.03.2023)

34 Терехов Д.С. SMM-маркетинг у системі управління сучасним підприємством. *Наука й економіка*. 2015. № 1 (37). С. 77–79.

35 Тиравський В. Право на відпочинок під час війни: як російське вторгнення вплинуло на туризм в Україні. URL : <https://foreignukraines.com/2022/10/20/how-the-russian-invasion-affected-tourism-in-ukraine/> (дата звернення: 12.03.2023)

36 Туризм в умовах війни. «Перетворювати місця живої трагедії на варіант розваги – неприпустимо». URL : <https://www.wprostukraine.eu/ua/kultura/10715638/tyrizm-v-ymovah-vijini->

[peretvoruvati-miscya-jivoyi-tragediyi-na-variant-rozvagi-nepripystimo.html](https://delo.ua/uk/economy/ukrayina-otrimala-rekordnu-sumu-turisticnogo-zboru-u-2021-roci-391832/) (дата звернення: 10.03.2023)

37 Україна отримала рекордну суму туристичного збору у 2021 році. URL : <https://delo.ua/uk/economy/ukrayina-otrimala-rekordnu-sumu-turisticnogo-zboru-u-2021-roci-391832/> (дата звернення: 12.02.2023)

38 Фідкевич О. Як начинити гадюку салом. Київ : Книголав, 2023. 256 с.

39 Чуніхіна Т.С. Теоретичні засади формування smm-стратегії підприємства. *Грааль науки : міжнар. наук. журнал*. 2022. Грудень (№ 23). С. 58-68. URL : <https://archive.journal-grail.science/index.php/2710-3056/article/view/749/766> (дата звернення: 10.03.2023)

40 Шестакова А.В. SMM та аналітика ринку : навч. посібн. Житомир : Державний університет «Житомирська політехніка», 2021. 215 с. URL : <https://eztuir.ztu.edu.ua/bitstream/handle/123456789/7965/%D0%A8%D0%B5%D1%81%D1%82%D0%B0%D0%BA%D0%BE%D0%B2%D0%B0.pdf?sequence=1&isAllowed=y> (дата звернення: 20.05.2023)

41 Щербачов С. Таргетована реклама в соціальних мережах. Просто в яблучко. Отримуйте більше клієнтів із Facebook та Instagram. Київ : Фоліо, 2018. 256 с.

42 Що таке соціальні мережі? Види, класифікація, безпека. URL : <https://futurenow.com.ua/shho-take-sotsialni-merezhi-vydy-klasyfikatsiya-bezpeka/> (дата звернення: 18.04.2023)

43 Як змінився рейтинг соціальних мереж в Україні та світі: актуальна статистика після 24 лютого 2022 року. URL : <https://web-promo.ua/ua/blog/kak-izmenilsya-rejting-soczialnyh-setej-v-ukraine-i-mire-aktualnaya-statistika-posle-24-fevralya-2022-goda/> (дата звернення: 15.04.2023)