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

Кафедра туризму та готельно-ресторанної справи

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА
на тему:

«РЕКЛАМНО-ІНФОРМАЦІЙНІ ПОСЛУГИ ТА ВИКОРИСТАННЯ СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖ ДЛЯ ПРОСУВАННЯ ТУРИСТИЧНОГО ПРОДУКТУ»

(на матеріалах ТОВ «Туристичний оператор «Бомба-Тур»)

Здобувача вищої освіти
4 курсу, групи Т-31 зс,
спеціальності 242 «Туризм»
освітньої програми «Туризм» _____ Боцюри Аміни Володимирівни

Науковий керівник
доктор історичних наук,
професор _____ Чорна Наталія Миколаївна

Гарант освітньо-професійної програми
кандидат економічних наук,
доцент _____ Онищук Наталя Вікторівна

Вінниця – 2023

ЗМІСТ

ВСТУП…… 4
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ДОСЛІДЖЕННЯ СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖ ЯК МАЙДАНЧИКА ДЛЯ ПРОСУВАННЯ ТУРИСТИЧНОГО ПРОДУКТУ ……..…. 6
1.1 Поняття туристичного продукту та інструменти його просування на ринку …….. 6
1.2 Соціальні мережі та їх роль у просуванні туристичного продукту……. 10
1.3 Переваги та недоліки просування туристичного продукту в соціальних мережах ……..… 15
РОЗДІЛ 2. ДОСЛІДЖЕННЯ ДІЯЛЬНОСТІ ТОВ «ТУРИСТИЧНИЙ ОПЕРАТОР «БОМБА-ТУР» ЩОДО ПРОСУВАННЯ ТУРИСТИЧНОГО ПРОДУКТУ У СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖАХ ……. 18
2.1 Організаційно-економічна характеристика туристичного підприємства.....…. 18
2.2 Аналіз діяльності підприємства щодо просування туристичного продукту в соціальних мережах ……. 25
2.3 Оцінка ефективності використання туристичним підприємством соціальних мереж для просування туристичного продукту …… 32
РОЗДІЛ 3. ШЛЯХИ УДОСКОНАЛЕННЯ ПРОСУВАННЯ ТУРИСТИЧНОГО ПРОДУКТУ В СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖАХ ……. 35
3.1 Обґрунтування можливостей удосконалення діяльності ТОВ «Туристичний оператор «Бомба-тур» щодо просування туристичного продукту в соціальних мережах ……. 35
3.2 Заходи щодо удосконалення просування туристичного продукту в соціальних мережах ……. 40
3.3 Оцінка ефективності реалізації пропонованих заходів …….. 44
ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ …….. 47
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ …… 49
ДОДАТКИ ……. 54

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Про туризм : Закон України від 1995 №31, ст. 24 URL : https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/324/95-%D0%B2%D1%80#Text (дата звернення: 11.01.2023).

2. Про захист прав споживачів : Закон України від 12.05.1991 №30, ст. 380 URL : https://kodeksy.com.ua/pro_zahist_prav_spozhivachiv/statja-12.htm (дата звернення 11.01.2023).

3. Балагура А., Білецька І. Маркетингові дослідження в управлінській діяльності компанії. *Сучасні тренди інноваційного розвитку* : Зб. тез доповідей наук.-практ. конф. (м. Івано-Франківськ, 28 жовтня 2021 р.). Івано Франківськ: НАІР, 2021. С. 152-153.

4. Безугла Л.С., Онищенко А.С., Шадріна Д.В. Формування маркетингової діяльності на ринку туристичних послуг. *Ефективна економіка*. 2020. №1. С. 40-45.

5. Брич В.Я. Туроперейтинг : підручник / за заг. ред. В. Я. Брича. Тернопіль : Економічна думка, 2017. 440 с.

6. Ваврик А.Б. Методи та інструменти інтернет-маркетингу. *Науковий вісник Ужгородського національного університету*. 2018. Вип. 22. Ч. 1. 2018. С. 47-51.

7. Вашків О.П., Бойчик І.М. Реалізація принципів циклової економіки у підприємництві. *Стан та перспективи розвитку фінансово-економічного потенціалу сучасних підприємств* : матеріали Міжнар. наук.-практ. конф. (м. Дніпро, 23 серпня 2018 р.). Дніпро : НО «Перспектива», 2018. С. 17-21.

8. Сеньків М.І., Шубеляк О.В. Вплив соціальних мереж на індустрію туризму. *Молодий вчений*. № 11 (75). Листопад. 2019. URL: http://molodyvcheny.in.ua/files/journal/2019/11/172.pdf (дата звернення: 05.05.2023)

9. Глушко В. Просування туристичних послуг: навч. посіб. URL: http://zt.knute.edu.ua/files/2018/01(96)/09.pdf (дата звернення: 07.05.2023)

10. Гордієнко Є. 92% людей роблять покупки за рекомендаціями. Як збільшити прибутковість бізнесу, працюючи з інфлюенсерами. URL: https://forbes.ua/business/92-lyudey-delayut-pokupki-po-rekomendatsiyam-kak-uvelichit-dokhodnost-biznesa-rabotaya-s-inflyuenserami-14042021-1376 (дата звернення: 15.05.2023)

11. Григор'єва Л.В. Застосування соціального медіа-маркетингу в просуванні туристичного продукту. *Вісник Хмельницького Національного університету «Економічні науки»*. 2018. № 1. С. 170-172.

12. Гринюк Д.Ю. Методичні аспекти туристичного брендингу територій. *Перспективи розвитку економіки та управління в умовах кризи:* матеріали Міжнар. наук.-практ. конф. Одеса: Східноєвропейський центр наукових досліджень, 2020. 336 с.

13. Громадський простір. Twitter стратегія – про активність, контент та швидку взаємодію. URL: https://www.prostir.ua/?kb=twitter-stratehiya-pro-aktyvnist-kontent-ta-shvydku-vzajemodiyu (дата звернення: 11.03.2023)

14. Данько Н.І., Курінна С.С. Сучасні тенденції маркетингу на туристичних підприємствах. *Вісник Харківського національного університету ім. В. Н. Каразіна*. 2018. Вип. 7. С. 108-112.

15. Діксон О. Чисельність активних користувачів у Facebook – Statistics & Facts. URL: https://www.statista.com/topics/751/facebook/#dossierKeyfigures (дата звернення: 11.03.2023)

16. Діксон С. Факти та статистика. Twitter – Statistics & Facts. URL: https://www.statista.com/topics/737/twitter/#dossierKeyfigures (дата звернення: 12.05.2023)

17. Дорош І.В. Маркетинг в туризмі: сутність та сучасні концепції. *Міжнародний науковий журнал «Інтернаука».* Червень 2017. №6. С. 112-114.

18. Смирнов І.Г., Любіцева О.О. Міжнародний туристичний бізнес і логістика в туризмі: навч. посіб. У 2-х кн. Кн. 1. Міжнародний туристичний бізнес. Київ: Ліра-К, 2022. 288 с.

19. Корж Н.В., Басюк Д.І. Управління туристичними дестинаціями : підручник. Вінниця : ПП «ТД Едельвейс і К», 2017. 322 с.

20. Куренкова О. Найпопулярніші соціальні мережі серед користувачів – URL: https://hromadske.ua/posts/socmerezhi-2021-tiktok-starshaye-facebook-perevazhno-zhinochij-a-strichku-mi-gortayemo-400-miljoniv-rokiv (дата звернення: 12.04.2023)

21. Летуновська Н. Є. Дослідження світового досвіду функціонування інноваційних проектів типу TIR Parking. *Маркетингові інновації в освіті, туризмі, готельно-ресторанній, харчовій індустрії та торгівлі* : тези доповідей Міжнар. наук.-практ Інтернет-конф., присвяченої 50-річчю заснування ХДУХТ (м. Харків, 3 жовтня 2017 р.) / редкол. О. І. Черевко та ін. Харків : ХДУХТ, 2017. С. 390-392.

22. Летуновська Н.Є., Люльов О.В. Маркетинг у туризмі : підручник. Суми: Сумський державний університет, 2020. 270 с.

23. Малинка О. Я. Концепція формування бренду туристичного регіону. *Регіональна економіка*. Квітень 2018. Вип. 1. С. 18-27.

24. Молодковець М. Ринок інтернет-реклами зріс майже на 50%, телебачення зростало швидше за прогнози – звіт ВРК. URL: https://biz.nv.ua/ukr/tech/rinok-reklami-rinok-tb-reklami-zrostav-shvidshe-za-prognozi-digital-zroste-na-48-novini-ukrajini-50200929.html (дата звернення: 04.04.2023)

25. Муджирі Є. Як змінилась статистика користувачів соціальних мереж – Global Digital Reports 2021. URL: https://speka.media/yakimi-socmerezami-koristuyutsya-ukrayinci-pid-cas-viini-doslidzennya-p22nyp (дата звернення: 07.05.2023)

26. Нові мандри. Типи харчування в готелях. URL: https://novimandry.com/info?id=71 (дата звернення: 07.05.2023)

27. Олександрук О. Реклама в Twitter: формати, запуск рекламних компаній. URL: https://pengstud.com/ua/blog/twitter-ads-ua/ (дата звернення: 14.05.2023)

28. Давидова О.Г., Романкін О.В. Особливості маркетингових комунікацій у туристичній сфері: світовий досвід. *Причорноморські економічні студії.* 2017. Вип. № 13(1). С. 231. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/bses_2017_13%281%29__7 (дата звернення: 10.02.2023)

29. Редька В.С. Переваги та недоліки SMM. *Виклики та шляхи стабілізації соціально-економічного розвитку України* : Матеріали Всеукр. наук.-практ. конфер. студентів, аспірантів та молодих учених, 2020. С. 165-168.

30. Рикова В. Керівництво по успішному просуванню в Twitter. URL: https://vlada-rykova.com/ua/prodvijenie-v-tvittere/ (дата звернення: 10.02.2023)

31. Макнамі Р. Зафейсбучені: як соціальна мережа штовхає світ до катастрофи. Київ : Наш формат, 2021. 376 с.

32. Романкін О.В., Давидова О.Г. Особливості маркетингових комунікацій у туристичній сфері: світовий досвід. Причорноморські економічні студії. 2017. Вип. 13-1. С. 22–26.

33. Семененко В.Ю., Юрченко В.І., Скригун Н.П. Маркетингова діяльність в соціальних мережах Facebook та Instagram. *Вчені записки ТНУ імені В.І. Вернадського*. 2019. № 2. С. 170-175.

34. Як розкрутити Твіттер акаунт і стати популярним: безкоштовні способи. URL: http://smartandyoung.com.ua/jak-rozkrutiti-tvitter-akaunt-i-stati-populjarnim (дата звернення: 11.04.2023)

35. Ткаченко А. Розкрутка та просування акаунту в Twitter: основні способи. URL: https://wezom.com.ua/ua/blog/prodvizhenie-twitter (дата звернення: 17.04.2023)

36. Хамініч С. Ю., Єрамішян М. В. Роль SMM у просуванні туристичних послуг. *Актуальні проблеми сучасного бізнесу: обліково-фінансовий та управлінський аспекти* : матеріали II Міжнар. наук.-практ. Інтернет-конф. (м. Львів, 18–20 березня 2020 р.). Львів : ЛНАУ, 2020. С. 552-554.

37. Черниш О. Instagram в Україні росте швидше, ніж Facebook. URL: https://www.prostir.ua/?kb=instagram-v-ukrajini-roste-shvydshe-nizh-facebook-doslidzhennyahttps://www.prostir.ua/?kb=instagram-v-ukrajini-roste-shvydshe-nizh-facebook-doslidzhennya (дата звернення: 18.05.2023)

38. Шамара І.М., Азарова К.І. Сучасний стан, проблеми та перспективи розвитку ринку туристичних послуг України. *Вісник Харківського національного університету імені В.Н. Каразіна*. 2018. Вип. 8. С. 203-210.

39. Яровий В.Ф., Шуткіна В.В. Особливості управління маркетинговою діяльністю в туристичних підприємствах. *Актуальні питання економічного розвитку в сучасних умовах:* матеріали V Всеукр. наук.-практ. конф. (м. Херсон, 26-27 березня 2020 р.). Херсон: Вишемирський В.С., 2020. С. 305-307.

38. Боцюра А. Соціальні мережі як засіб просування турситичного продукту. *Актуальні проблеми ефективного соціально-економічного розвитку України: пошук молодих* : Зб. матеріалів XII Всеукр. студ. наук.-практ. конф. (м. Вінниця, 20 квітня 2023 р.). Вип. 173. Вінниця : ВРР ВТЕІ ДТЕУ, 2023. С. 140-148. URL : http://www.vtei.com.ua/doc/2023/vatra2004/zb18_173.pdf (дата звернення: 20.05.2023)