

6. World Tourism Organization. (2021). *Sustainable Development of Tourism: A Compilation of Good Practices*. World Tourism Organization, Madrid, Spain.

ВПЛИВ СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖ НА ІНДУСТРІЮ ТУРИЗМУ

Шаравін І.В., здобувач вищої освіти
Державний біотехнологічний університет, м. Харків, Україна

У сучасному світі, де люди прагнуть нових вражень і культурних відкриттів, соцмережі відіграють роль “цифрового гіда”, пропонуючи швидкий доступ до інформації про місця, які не завжди висвітлені у традиційних туристичних путівниках. Тема залишається актуальною через зростання популярності мандрівок і бажання туристів мати персоналізований та автентичний досвід, який соцмережі допомагають знайти.

Через соціальні мережі люди дізнаються про менш відомі туристичні місця, які зазвичай залишаються поза увагою масового туризму. Наприклад, маловідомі села у Карпатах чи тихі пляжі в Італії стають більш відвідуваними завдяки блогерам або туристичним сторінкам, що діляться знімками та розповідями. Це дозволяє рівномірніше розподілити потік туристів і зменшити навантаження на популярні локації.

Платформи дають можливість малим туристичним бізнесам заявити про себе: місцеві кафе, готелі та екскурсійні агентства можуть рекламувати свої послуги за відносно низькою вартістю. Відгуки і рекомендації в соцмережах часто впливають на вибір туристів, і це стимулює розвиток локальних сервісів.

Завдяки соцмережам туристичні компанії можуть легко взаємодіяти з потенційними клієнтами, відповідати на запитання та надавати корисну інформацію. Крім того, реклама в соцмережах дозволяє націлюватися на конкретну аудиторію — наприклад, молодь, яка цікавиться пригодницьким туризмом, чи сім’ї з дітьми, які шукають спокійні місця для відпочинку. Це підвищує ефективність просування і дозволяє компаніям більш точно відповідати на запити мандрівників.

Соціальні мережі, такі як Instagram, TikTok, Facebook та YouTube, відіграють значну роль у виборі місця подорожі, так Instagram є основним джерелом натхнення для подорожей, оскільки дозволяє людям побачити мальовничі місця через фото та відео. Наприклад, користувачі часто зберігають дописи з красивими місцями, такими як

пляжі на Мальдівах, старовинні вулички італійських міст або гірські краєвиди в Швейцарії. Завдяки геолокації та хештегам (#travel, #wanderlust), легко знайти реальні фотографії з популярних туристичних місць та створити візуальний образ майбутньої подорожі.

TikTok завоював популярність завдяки коротким і інформативним відео. Наприклад, за хештегами #TravelTips або #TravelHacks можна знайти багато відеороликів з порадами для туристів: як заощадити на квитках, які місця відвідати або як уникнути черг у популярних локаціях. Відео з конкретними маршрутами або рекомендаціями місцевих жителів особливо корисні для тих, хто хоче побачити не тільки туристичні об'єкти, а й менш відомі місця.

На Facebook існують численні тематичні групи мандрівників, де можна знайти детальні відгуки, поради та рекомендації. Наприклад, групи типу “Подорожі по Європі” або “Подорожі з дітьми” дозволяють запитати рекомендації у реальних мандрівників або отримати поради щодо конкретних питань – від вибору житла до найкращих кафе в певному місті.

На YouTube можна знайти повні відеоогляди з різних місць. Наприклад, туристичні канали часто роблять огляди міст, готелів, курортів, що дозволяє побачити місце подорожі “зсередини”. Відеоогляди різних країн можуть дати уявлення про культуру, визначні пам'ятки, пляжі або місцеву кухню, допомагаючи прийняти зважене рішення.

Загалом, ці соцмережі дозволяють мандрівникам надихнутися, дізнатися про реальний досвід інших і отримати корисні поради, які допомагають обрати найкраще місце для подорожі.

Отже, соціальні мережі стали важливим інструментом у виборі місця подорожі, впливаючи на рішення мандрівників через візуальний контент, рекомендації та особистий досвід інших користувачів. Вони допомагають не тільки знайти натхнення для поїздки, а й отримати корисні поради, що роблять процес планування подорожі більш зручним і точним. Саме тому, соціальні мережі впливають на розвиток туризму, залучаючи нових мандрівників, шляхом популяризації маловідомих місць та підвищення конкурентоспроможності туристичних напрямків.

Список використаних джерел

1. Степанець, І., Гринюк, Д., Савицька, Н. (2022). Соціальні мережі як інструмент ефективної комунікації між стейкхолдерами туристичної індустрії в кризовий період. *Економіка та суспільство*,

(44). <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-44-36>

2. Туризм у епоху соціальних мереж. Режим доступу: <https://fgritb.knukim.edu.ua/home/news/turyzm-u-epokhu-sotsialnykh-merezh.html>.

3. Кирилюк І.М. Соціальні мережі як інструмент просування послуг індустрії туризму й гостинності в сучасному інформаційному просторі. Режим доступу: <https://dspace.udpu.edu.ua/bitstream/123456789/14815/1/монографія%20Кирилюк.pdf>.

ПРО ДИДЖИТАЛІЗАЦІЮ ТУРИСТИЧНИХ ПОСЛУГ

Шило Д., магістрант

Омельченко Г.Ю., канд. екон. наук, доц.

Державний біотехнологічний університет, м. Харків, Україна

Онлайн-платформи та мобільні додатки сьогодні відіграють ключову роль у формуванні туристичних маршрутів і є невід'ємною частиною планування подорожей. Завдяки стрімкому розвитку цифрових технологій, туристи отримали можливість самостійно планувати свої поїздки, вибирати цікаві місця для відвідування, бронювати житло та транспорт, дізнаватися про культурні та природні пам'ятки, а також отримувати рекомендації на основі відгуків інших користувачів. Це не тільки спрощує процес організації подорожей, а й робить його більш персоналізованим та зручним.

Онлайн-платформи на зразок TripAdvisor, Airbnb, Booking.com, Viator та інші забезпечують туристів інформацією про різні дестинації, дозволяють порівнювати варіанти житла та сервісів, дізнаватися про популярні туристичні маршрути й унікальні місця. Наприклад, TripAdvisor пропонує детальні відгуки від інших користувачів, які подорожували схожими маршрутами, що допомагає туристам скласти уявлення про місце та уникнути можливих неприємностей. Завдяки подібним платформам туристи можуть дізнатися про менш відомі, але цікаві локації, які не завжди згадуються в путівниках. Airbnb пропонує туристам досвід проживання у приватних помешканнях, часто з можливістю отримати від господарів поради щодо місцевих маршрутів та подій, що додає подорожі індивідуальності.

Мобільні додатки, такі як Google Maps, Maps.me, Rome2Rio та інші, стали незамінними інструментами для навігації та створення маршрутів. Google Maps, наприклад, пропонує детальні карти з можливістю створення маршрутів між точками, відмітками визначних