

СЕКЦІЯ 2
ОСОБЛИВОСТІ ІНТЕГРАЦІЇ ДЕРЖАВИ, БІЗНЕСУ, НАУКИ, ОСВІТИ В
УМОВАХ ЦИФРОВІЗАЦІЇ СУСПІЛЬСТВА

УДК 338

Бажанова Наталія
кандидат економічних наук
доцент кафедри економіки та фінансів
Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя
м. Тернопіль, Україна
Natalia Bazhanova
PhD (Economics)
senior lecturer Department of Economics and Finance
Ternopil Ivan Puluj National Technical University
Ternopil, Ukraine

ТУРИСТИЧНА ГАЛУЗЬ – ПРІОРИТЕТНИЙ ВЕКТОР ДЛЯ ЗМІЦНЕННЯ
ЕКОНОМІКИ В УКРАЇНІ
THE TOURIST INDUSTRY AS A PRIORITY VECTOR FOR STRENGTHENING
THE ECONOMY IN UKRAINE

Туристична галузь в усіх країнах має надзвичайно важливе значення. Докладне дослідження даної проблематики, дасть можливість зробити певні висновки на майбутнє. Створення якісного конкурентоспроможного туристичного продукту дозволить країні просуватись у різних напрямках, основним з яких є соціально-економічний розвиток.

Сьогодні, туристична галузь в Україні стоїть на шляху розвитку. Безліч стратегічних проектів спрямовані на піднесення соціально-економічного рівня держави. Природно-кліматичні умови, історична спадщина, національні традиції дають великі можливості для державного управління та бізнесу, в напрямку розвитку та просування країни на міжнародний ринок.

Проблемами розвитку туристичної галузі займаються ряд вчених. Французькі науковці Р. Ланкар та Р. Олле вважають, що важливою складовою в управлінні туристичною галуззю є туристичний маркетинг. За допомогою розроблених методів і прийомів, можна досліджувати, робити аналіз та вирішувати поставлені завдання. Такі вчені, як О. В. Мальська, О. В. Шершньов, А. Виноградарська досліджують проблеми, що стосуються стратегії розвитку туризму. Проте аналіз публікацій, присвячених проблемам та розвитку туристичної галузі, дозволяють зробити висновок, що це питання є малодослідженим.

Пропозиції туристичних послуг мають бути зорієнтовані на споживача, а можливості підприємства повинні узгоджуватись з вимогами ринку. Ресурси та потенціал, якими володіє країна не використовуються повною мірою, або неналежним чином. Низький рівень наданих послуг, реклама про туристичний продукт не дають можливості бути конкурентоспроможними на міжнародному ринку.

Розвиток туристичної галузі в країнах є одною з найважливіших галузей народного господарства, а також основним джерелом доходів. Це у свою чергу сприяє підвищенню життєвого рівня населення, розвитку інфраструктури, зміцнює міжнародні економічні, політичні, культурні зв'язки.

Перелік використаних джерел:

1. Маргіта Н. О. Інтегральна оцінка туристично-рекреаційного потенціалу регіонів України / Н. О. Маргіта, М. В. Маргіта // Вісник Одеського національного університету. Економіка. – 2017. – Т.22, Вип. 9 (62). – С. 87-91.

2. Родащук Г. Ю. Місце та роль транспортної складової в економічному розвитку сільських територій / Г. Ю. Родащук, С. Д. Скуртол // Вісник Київського інституту бізнесу та технологій. – 2018. – № 1. – С. 31-38.

3. Хринюк О. С. Оцінка факторів конкурентоспроможності підприємства / О. С. Хринюк, О. В. Ткач // Сучасні проблеми економіки і підприємництва. – 2017. – Вип. 19. – С. 242-252.

УДК 334.021

Блавіцька Вікторія

студентка

Тернопільський національний економічний університет

м. Тернопіль, Україна

Viktoriia Blavitska

student

Ternopil National Economic University

Ternopil, Ukraine

**ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ В УМОВАХ
ЦИФРОВОЇ ЕКОНОМІКИ
PROSPECTS FOR THE DEVELOPMENT OF THE RESTAURANT BUSINESS IN
THE DIGITAL ECONOMY**

Підприємства, які надають послуги, відіграють важливу роль у житті кожної людини. Сьогодні саме ресторанний бізнес є найбільш затребуваним та перспективним. У 2019 році об'єми даного ринку були оцінені приблизно в 1,15 млрд. дол. США [3]. Проте з розвитком цифрової економіки та високим рівнем конкуренції, кожен заклад громадського харчування повинен все частіше і частіше впроваджувати різноманітні інновації.

Найпоширенішим нововведенням стало використання різноманітних платформ автоматизації ресторану, таких як Poster. Це хмарні системи, які дозволяють створити віртуальну карту залу, приймати і контролювати замовлення, приймати оплату, друкувати чеки, створювати базу даних клієнтів.

Великої популярності у світі також набувають сайти доставки з усіх ресторанів обраного міста. Найпопулярнішим сайтом в Україні та Європі є UberEats, де клієнт має можливість обрати будь-яку страву з будь-якого ресторану та отримати за все замовлення один чек. Загалом співпраця з такими сайтами допоможе ресторану збільшити не лише число клієнтів, а й прибуток.

Також актуальним трендом є Android- та Ios-додатки. Вони дають змогу компанії не лише збільшити кількість покупців, а й підвищити лояльність постійних клієнтів. Сьогодні 64% користувачів мобільних пристроїв у світі здійснюють покупки через мобільні додатки. Так, наприклад, додаток компанії «McDonald's» дає можливість клієнтам дізнатись ціни, акції та новини, а також знайти найближчий до користувача заклад цієї мережі. А додаток кав'ярні-конкурента Green Caffe Nero дозволяє клієнтам легко заплатити за каву, просто скануючи свій телефон. За це вони отримують певні знижки та акції, на кшталт, безкоштовної 10-ї кави.

Розповсюдження цифрових технологій трансформувало також маркетингові підходи до продажів послуг. Тому для більшої впізнаваності бренду, ресторани використовують таргетингову рекламу в соціальних мережах. Таргетингова реклама дозволяє чітко виокремити певний сегмент, який найбільш зацікавлений у певному товарі чи наданні послуги.

Отже, для успішного функціонування на ринку послуг громадського харчування, надзвичайно важливим є створення якісно нових конкурентних переваг на основі цифрових