

При цьому відмінною особливістю маркетингу мікр впливу є орієнтування на певну нішу та сильніший авторитет серед цієї цільової аудиторії.

Таким чином, сучасна туристична індустрія постає, з одного боку, перед новою парадигмою, яка викликана з впровадженням вражень у створюваному туристичному продукті, з іншого, завдяки новим технологіям, володіє практично необмеженими можливостями в задоволенні індивідуальних потреб будь-якого споживача.

### **Список використаних джерел:**

1. Жиленко К.М., Яровенко Т.С., Ставицька А.В., Самойленко А.О. Основні аспекти сталого розвитку готельно-ресторанного бізнесу та туризму. *Економіка. Фінанси. Право*. 2024. №5. URL: <http://efp.in.ua/uk/releases>.
2. Жиленко К., Редько В., Самойленко А., Сливенко В., Ставицька А. Міжнародний туризм та гостинність: теорія та практика: монографія. Дніпро. 2023. 206 с. URL: [http://lib.dnu.dp.ua/rep/ekon/knygy/nazva/Mizhnarod\\_turyzm\\_ta\\_gostynnist\\_teoriya\\_ta\\_praktyka.pdf](http://lib.dnu.dp.ua/rep/ekon/knygy/nazva/Mizhnarod_turyzm_ta_gostynnist_teoriya_ta_praktyka.pdf).
3. Редько В.Є., Павленко А.А. Соціальна відповідальність туристичного бізнесу в Україні: особливості становлення та перспективи розвитку. *Інфраструктура ринку*. № 69. 2022. С. 108–112.
4. Сливенко В.А., Редько В.Є. Аналіз сучасних тенденцій розвитку індустрії гостинності та туризму Німеччини. *Інфраструктура ринку*. 2024. № 80. URL: <http://www.market-infr.od.ua/uk/80-2024>.

**Канд. іст. наук Сливенко В. А., Миронець О. В.**

*Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)*

### **НАПРЯМИ РОЗВИТКУ СУЧАСНОЇ КУЛЬТУРИ ДОЗВІЛЛЯ**

Проблема організації вільного і дозвілля в умовах постпандемійної та воєнної реальності бачиться однією з ключових як для соціально-культурних інституцій, так і для бізнесу. Встановлення повноцінного міжособистісного спілкування, дефіцит якого так гостро відчувається зараз, можливість реалізації завдань соціалізації, інтеграції особистості в середу позитивної взаємодії, подолання негативних наслідків впливу кризових явищ різного роду на психоемоційний стан людей – у цьому полягає високий потенціал дозвілля.

Слід зазначити, що у воєнний час відзначається особливий запит на задоволення неутилітарних потреб людини. Дозвілля визначається та має попит як вид діяльності, спрямований на відновлення фізичних та психічних сил, орієнтований

на духовний та фізичний розвиток особистості. Участь у культурно-дозвіллевих програмах може виступати ефективною формою реалізації творчої активності людини, сприяти розкриттю креативного потенціалу особистості [1]. У такому трактуванні дозвілля, особистість бере активну участь у створенні різноманітних культурних явищ і виступає агентом практики. Бажання вдосконалюватись, пережити новий емоційний досвід, підвищити ерудицію, отримати естетичну насолоду, прагнення визначити свою культурну ідентичність або сформувані унікальний культурний капітал особистості – це мотиви, що спонукають людей до активної діяльності.

Індустрія дозвілля динамічно розвивається в умовах швидкої зміни трендів, посилення конкуренції, активного розвитку цифрових технологій, ускладнення форматів подій. Цей розвиток неможливий без урахування викликів часу, необхідної трансформації складових event-менеджменту та підходів до організації заходів. Сьогодні змінюються вимоги до супроводу подій, логістики, професійних навичок організаторів, підрядників тощо [2].

Завдяки участі людей у створенні соціокультурних феноменів, експансія аматорів у сферу культурного виробництва призводить до стирання кордонів між грою та роботою, споживанням та виробництвом, творчістю та рутиною повсякденності, вільним часом і працею, аудиторією та автором [3]. Все це є свідченням прояву особливого типу активності, яка може бути названа культурною практикою. Сучасне розуміння культурної практики включає:

- придбання морального, естетичного та емоційного досвіду;
- пошук та апробацію нових способів та форм діяльності з метою задоволення різноманітних пізнавальних та прагматичних потреб;
- різноманітні види самостійної діяльності та простори, що складаються з організації власного досвіду, у тому числі у сфері дозвілля;
- стихійне автономне набуття досвіду спілкування та взаємодії [2].

До основних форм сучасних культурних практик можна віднести: участь у іммерсивних та інтерактивних видах мистецтва, майстерень, творчих групах, майстер-класах, практиках мови, дискусійних майданчиках, квестах, різних імітаційних та ігрових діях. Процес проникнення інформаційних технологій у діяльність установ сфери культури має універсальний характер. Але при всіх перевагах їх використання, слід уникнути технократичного перекося. Загальні тенденції

розвитку індустрії дозвілля пов'язані з орієнтацією на максимальну різноманітність пропонованих видів дозвілля, облік інтересів всіх груп платоспроможного населення, суміщення розваг із діловою, навчальною, побутовою діяльністю, поява багатопрофільних центрів, що поєднують різноманітні напрямки роботи, зростання ролі інформаційно-комунікаційних технологій [4]. У свою чергу підприємства гостинності, підлаштовуючись під потреби ринку, активно розширюють спектр послуг, пов'язаних з організацією заходів на території готелю. Широкому поширенню культурно-дозвільних послуг у структурі діяльності готелю сприяють кілька факторів: високі стандарти обслуговування заходів, зручність розташування майданчиків та їх технічне оснащення, а також спектр послуг, що надаються готелем.

Таким чином, виникає необхідність розробки конкретних досугових продуктів для підприємств індустрії гостинності: розробка додаткової послуги культурно-дозвільної спрямованості на підприємстві індустрії гостинності для різних цільових аудиторій; розробка конкретного культурно-дозвільного заходу (програми, свята, анімаційної програми, творчої програми, розважального заходу, корпоративні події та ін.) на підприємстві промисловості гостинності для різних цільових аудиторій; створення концепції творчого культурно-дозвільного продукту.

### **Список використаних джерел:**

1. Жиленко К., Редько В., Самойленко А., Сливенко В., Ставицька А. Міжнародний туризм та гостинність: теорія та практика: монографія. Дніпро. 2023. 206 с. URL: [http://lib.dnu.dp.ua/rep/ekon/knygy/nazva/Mizhнарод\\_turyzm\\_ta\\_gostynnist\\_teoriya\\_ta\\_praktyka.pdf](http://lib.dnu.dp.ua/rep/ekon/knygy/nazva/Mizhнарод_turyzm_ta_gostynnist_teoriya_ta_praktyka.pdf).
2. Редько В.Є., Павленко А.А. Соціальна відповідальність туристичного бізнесу в Україні: особливості становлення та перспективи розвитку. *Інфраструктура ринку*. № 69. 2022. С. 108–112.
3. Ставицька А.В. Особливості організації гостинності в умовах кризових явищ. *Економіка і менеджмент 2024: перспективи інтеграції та інноваційного розвитку*: зб. наук. праць Міжнар. наук.-практ. конф., 4–5 квіт. 2024 р.: Дніпро: Біла К.О., 2024. URL: <https://confcontact.com/node/764>.
4. Сливенко В.А., Редько В.Є. Аналіз сучасних тенденцій розвитку індустрії гостинності та туризму Німеччини. *Інфраструктура ринку*. 2024. № 80. URL: <http://www.market-infr.od.ua/uk/80-2024>.