

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.
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., Нечаєвський М. Ю.

Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)

ІННОВАЦІЙНІ СПОСОБИ ОХОПЛЕННЯ ПОТЕНЦІЙНИХ КЛІЄНТІВ У ІНДУСТРІЇ ТУРИЗМУ

Рекламна діяльність зі своїми технологіями постала не як самостійний вид громадської діяльності, а як потреба виробника (або продавця) у конкретних професійних суб'єктах зі створення рекламного продукту. Передумовами виникнення ринку рекламних технологій виступили: поява виробників та розповсюджувачів реклами внаслідок суспільного поділу праці; зростання попиту на рекламні повідомлення у споживачів та на нові рекламні засоби у продавців з розвитком економічних відносин; розвиток промислового виробництва та запровадження інноваційних технологій тощо.

Використання рекламних технологій є процесом перетворення результатів науково-технічної та інтелектуальної діяльності учасників рекламної діяльності на рекламний продукт. Насамперед заслуговують на увагу нові комунікаційні технології та модифікації медіазасобів, які постійно з'являються на туристичних ринках реклами [1]. Застосування рекламних технологій являє собою складний процес, в який залучені виробники реклами, системи управління, гроші, творчі процеси, акції, умови, медіа-плани, спеціальне комунікаційне обладнання та ін. Вони засновані на застосуванні комп'ютерних і мережових технологій, широкому використанні пакетів прикладних програм у різних предметних галузях, високому рівні використання технологічного обладнання та реклами. Реклама на туристичному ринку виконує безліч специфічних, конкретних завдань:

- привернення уваги потенційних туристів до нових турів та окремих турпослуг;
- позиціонування турфірми та її пропозиції;
- підтримка інтересу та попиту на поїздки оголошеними турами, утримання позицій на ринках;
- інформування споживачів про місце та спосіб купівлі туру чи послуг;
- збільшення обсягів продажу, стимулювання додаткового попиту [2].

Нині індустрія туризму зазнає значної трансформації, що рухається розвитком рекламних технологій. Ці технології надають туроператорам та турагентам нові та інноваційні способи охоплення потенційних клієнтів, персоналізації повідомлень та оптимізації рекламних кампаній.

Рекламні технології дозволяють туроператорам і турагентам персоналізувати рекламу для окремих користувачів на основі їх даних про подорожі, уподобання та поведінку. Наприклад, користувачам, які раніше переглядають певні напрямки чи заходи, можна показувати цільову рекламу з урахуванням їх інтересів [3]. Ця персоналізація підвищує ймовірність взаємодії з рекламою і призводить до вищого коефіцієнта конверсії.

Рекламні технології також дозволяють туроператорам та турагентам розміщувати рекламу в контексті, релевантному пошуковим запитам або відвідуваним сторінкам користувачів [4]. Це гарантує, що реклама показується користувачам, які виявляють інтерес до подорожей чи шукають конкретні напрями. Контекстна реклама збільшує ймовірність того, що користувачі перейдуть по оголошення та розглянуть пропозицію.

Відеореклама стала потужним інструментом в індустрії туризму. Відео дозволяє туроператорам і турагентам наочно демонструвати свої продукти, представляти напрямки та надихати користувачів бронювати поїздки [3]. Платформи соціальних мереж, такі як YouTube та TikTok, надають широкі можливості для розповсюдження відеореклами, охоплюючи мільйони потенційних мандрівників. Рекламні технології також автоматизують та оптимізують. Використання автоматизованих систем дозволяє туроператорам та турагентам швидко та ефективно налаштовувати, запускати та відстежувати рекламні кампанії [4]. Крім того, аналітичні інструменти дозволяють відстежувати результати та оптимізувати кампанії для підвищення продуктивності.

З урахуванням зростаючої популярності мобільних пристроїв в індустрії туризму рекламні технології повинні бути оптимізовані для мобільних користувачів. Це включає створення адаптивної реклами, яка добре відображається на різних пристроях, та використання геотаргетингу для охоплення користувачів, що знаходяться поблизу певних місць призначення [3].

Таким чином, інноваційні рекламні технології мають значний вплив на індустрію туризму, надаючи туроператорам та турагентам потужні інструменти для охоплення цільової аудиторії, персоналізації повідомлень та оптимізації рекламних кампаній.

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: Видавець Біла К.О. 2023. 206 с.
3. Самойленко А.О., Келдіярова Т.Р. Фактори конкурентного успіху туристичного підприємства на міжнародному ринку в умовах невизначеності. *Туризм та креативні індустрії: сучасні виклики*. зб. наук. праць II Міжнар. наук.-практ. конф., м. Дніпро, 28 квітня 2023 р. Дніпро: Біла К.О., 2023. С. 49–53.
4. Самойленко А.О., Колдубовська Д. Використання інноваційних технологій в індустрії гостинності. *Туризм та креативні індустрії: сучасні виклики*. зб. наук. праць II Міжнар. наук.-практ. конф., м. Дніпро, 28 квітня 2023 р. Дніпро: Біла К.О., 2023. С. 155–157.

Канд. іст. наук Сливенко В. А., Павленко А. О.

Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)

ВИКОРИСТАННЯ ІНТЕРНЕТ-ТЕХНОЛОГІЙ ДЛЯ ПРОСУВАННЯ ТУРИСТИЧНИХ ПОСЛУГ

У сучасному світі ми не уявляємо собі життя без технологій. З розвитком технологій, туристичний бізнес став більш доступним та зручним для мандрівників. Технології змінили спосіб бронювання подорожей, інформування про туристичні об'єкти та послуги, а також покращили якість обслуговування туристів. Розглянемо основні переваги, що надаються технологіями індустрії туризму. Сьогодні індустрія туризму використовує безліч інноваційних технологій, які дають змогу покращити якість послуг, що надаються туристам. За останні три