МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ЧЕРКАСЬКА ОБЛАСНА ДЕРЖАВНА АДМІНІСТРАЦІЯ
ТУРИСТИЧНА АСОЦІАЦІЯ УГОРЩИНИ «КАРПАТИ-ТІСА»
КОШИЦЬКИЙ ТЕХНІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ (СЛОВАЧЧИНА)
ЛУЦЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
УЖГОРОДСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
БОЛГАРСЬКИЙ МІЖНАРОДНИЙ УНІВЕРСИТЕТСЬКИЙ КОЛЕДЖ
ВИЩА ШКОЛА МІЖНАРОДНИХ ВІДНОСИН І СУСПІЛЬНОЇ КОМУНІКАЦІЇ В ХЕЛМІ (ПОЛЬЩА)
ЧЕРКАСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ ТЕХНОЛОГІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
КАФЕДРА ТУРИЗМУ ТА ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОЇ СПРАВИ ЧДТУ

МАТЕРІАЛИ
XII МІЖНАРОДНОЇ НАУКОВО-ПРАКТИЧНОЇ КОНФЕРЕНЦІЇ
«ТУРИСТИЧНИЙ ТА ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННИЙ БІЗНЕС В УКРАЇНІ: ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ ТА РЕГУЛЮВАННЯ»

18–19 березня 2021 року
м. Черкаси

Том 1

Черкаси 2021

УДК 379.85:640.4(063)
ББК 65.433
М34

Редакційна колегія:
Григор О. О., д.політ.н., доцент;
Лазуренко В. М., д.і.н., професор;
Чепурда Г. М., д.і.н., професор;
Чепурда Л. М., д.е.н., професор

Відповідальна за випуск: *Старинець О. А.*

Матеріали XII Міжнародної науково-практичної конференції «Туристичний та готельно-ресторанний бізнес в Україні: проблеми
М34 розвитку та регулювання» : 18–19 березня 2021 року, м. Черкаси [Електронний ресурс] : у 2-х томах / М-во освіти і науки України, Черкас. держ. технол. ун-т. – Т. 1. – Черкаси: ЧДТУ, 2021. – 175 с.

Розглянуто актуальні питання стратегічного розвитку туристичного та готельно-ресторанного бізнесу в Україні і світі. Проаналізовано сучасні тенденції, проблеми державного регулювання та інтеграції України до світового простору в галузі туризму. Розкрито актуальні проблеми менеджменту та маркетингу, планування та прогнозування діяльності підприємств туристичного та готельно-ресторанного бізнесу. Проаналізовано науковий базис новітніх технологій в галузі туризму.

Для науковців, студентів, аспірантів та фахівців галузі.

УДК 379.85:640.4(063)
ББК 65.433

© Авторські тексти, 2021

ЗМІСТ

СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ ТА СТРАТЕГІЇ РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНОГО ТА ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ

Chepurda H. M. MANAGING OVERTOURISM IN HOSPITALITY: THE POST-COVID-19 INDUSTRY 8

Чепурда Л. М., Медвєдєв Г. В. АНАЛІЗ РІВНЯ РОЗВИТКУ РИНКУ ГОТЕЛЬНИХ ПОСЛУГ РЕГІОНІВ УКРАЇНИ 11

Чепурда Л. М., Петренко С. М. КЛАСИФІКАЦІЯ ІТ-ТЕХНОЛОГІЙ ЕКОНОМІКИ ПІДПРИЄМСТВ В ГАЛУЗІ ТУРИЗМУ 14

Басюк Д. І., Машовець Д. Г. ТАЇЛАНД ЯК ПЕРСПЕКТИВНА ТУРИСТИЧНА ДЕСТИНАЦІЯ 17

Byelikova M. PROFESSIONAL ETHIC AND WAITER SERVICE OF THE «KHORTITSA PALACE» HOTEL IN ZAPORIZHZHIA 18

Бергхауер О. О., Фодор Д. Д., Товт А. А. КІЛЬКІСТЬ ТА ПОКАЗНИКИ ВІДВІДУВАНОСТІ КОЛЕКТИВНИХ ЗАКЛАДІВ РОЗМІЩЕННЯ НА ЗАКАРПАТТІ 20

Калько А. Д., Глушкова Т. С., Клочан Г.О. УДОСКОНАЛЕННЯ ПРОЦЕСУ ВПРОВАДЖЕННЯ АУТСОРСИНГУ У ДІЯЛЬНІСТЬ УКРАЇНСЬКИХ ГОТЕЛІВ 23

Коніщева Н. Й., Ткачова С. С. ПРІОРИТЕТНІ НАПРЯМИ ТРАНСФОРМАЦІЇ СЕКТОРУ ТУРИЗМУ В УМОВАХ ПАНДЕМІЇ COVID-19 26

Kornilov Ievg. THE IMPORTANCE OF A GOOD TOURISTIC PRODUCT FROM INBOUND TOUR OPERATORS IN UKRAINE. MICE TOURISM AS A REMEDY FOR UKRAINIAN INTERNATIONAL TOURISM AFTER COVID-19 PANDEMIC 31

Кушнірук Г. В., Корнєва В. В. ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ «ТЕМНОГО» ТУРИЗМУ В ЧОРНОБИЛЬСЬКІЙ ЗОНІ ВІДЧУЖЕННЯ 34

Кушнірук Г. В., Щерб'як О. В. ЕКОТУРИЗМ ЯК АЛЬТЕРНАТИВА ВИРІШЕННЯ ОВЕРТУРИЗМУ 37

Мельниченко С. В., Авдан О. Г. ТУРИСТИЧНИЙ БРЕНД УКРАЇНИ: ФАКТОРИ ВПЛИВУ 40

Рибальченко Н. П. СУЧАСНИЙ ВПЛИВ ІНТЕРНЕТУ НА ОРГАНІЗАЦІЮ ЕЛЕКТРОННОГО ТУРИЗМУ 42

Смирнов І. Г., Любіцева О. О. РЕСТОРАННИЙ БІЗНЕС В УМОВАХ ПАНДЕМІЇ: ДОСВІД УКРАЇНИ 44

Старинець О. А., Куракін О. Б. ОСОБЛИВОСТІ ФЕМІНІЗАЦІЇ ТА НЕЙТРАЛІЗАЦІЇ В АНГЛІЙСЬКІЙ МОВІ (НА ПРИКЛАДІ ПРОФЕСІЙНОЇ НОМЕНКЛАТУРИ У СФЕРІ ТУРИЗМУ ТА ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОЇ СПРАВИ) 47

Ткачук Т. М. ТЕНДЕНЦІЙНІ СТРАТЕГІЇ РОЗВИТКУ ГОТЕЛІВ У ПАНДЕМІЧНИХ УМОВАХ 50

Якимчук Д. М. ОСОБЛИВОСТІ ФУНКЦІОНУВАННЯ КАФЕ СПОРТИВНОГО ХАРЧУВАННЯ 53

Ярославська Л. П., Загородній В. В. ОРІЄНТУВАННЯ НА МАРШРУТІ ПІД ЧАС ПІШОХІДНОГО ПОХОДУ 55

ПРОБЛЕМИ ДЕРЖАВНОГО РЕГУЛЮВАННЯ ТА ІНТЕГРАЦІЇ УКРАЇНИ ДО СВІТОВОГО ПРОСТОРУ В ТУРИСТИЧНОМУ ТА ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОМУ БІЗНЕСІ

Загородній В. В., Ярославська Л. П. СПОРТИВНИЙ ТУРИЗМ ЯК ОДНА ІЗ СКЛАДОВИХ ФОРМУВАННЯ ЗДОРОВОГО СПОСОБУ ЖИТТЯ 58

Кандиба П. О., Онопрієнко О. В. БЕЗПЕКА В ТУРИСТИЧНИХ ПОХОДАХ 60

Крижанівський А. І. ОРГАНІЗАЦІЯ ОБСЛУГОВУВАННЯ СПОЖИВАЧІВ ЗАКЛАДІВ РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА В УМОВАХ КАРАНТИНУ 62

Матусевич А. М. ФІЗИЧНЕ ВИХОВАННЯ В СІМ'Ї 65

Онопрієнко О. В., Кандиба П. О. ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНОГО ТА ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ 67

Субота В. В. ВЗАЄМОЗВ'ЯЗОК СПОРТИВНО-ОЗДОРОВЧОГО ТУРИЗМУ З ФІЗИЧНИМ ВИХОВАННЯМ СТУДЕНТІВ 70

Чепурда Л. М., Дубіновський Д. В. ФРАНЧАЙЗИНГ ЯК ФОРМА ВЕДЕННЯ БІЗНЕСУ В ТУРИСТИЧНІЙ ГАЛУЗІ 72

Чепурда Л. М., Юрченко С. О. ПОРІВНЯЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА НАЦІОНАЛЬНИХ І МІЖНАРОДНИХ СТАНДАРТІВ ЩОДО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЯКОСТІ ПОСЛУГ 75

Шестель О. Г., Литвин Т. П. СПЕЦИФІКА МІЖКУЛЬТУРНОЇ КОМУНІКАЦІЇ В ПРОФЕСІЙНІЙ ДІЯЛЬНОСТІ ФАХІВЦІВ ГАЛУЗІ ТУРИЗМУ 79

НОВІТНІ ТЕХНОЛОГІЇ В ГАЛУЗІ ТУРИЗМУ

Гладкий О. В., Цуп А. О. СУТНІСТЬ ЦИФРОВОГО ТУРИЗМУ ТА ОСОБЛИВОСТІ ЙОГО РОЗВИТКУ В МІСТІ КИЄВІ 82

Дорош Ю. С., Цимбала О. С. ОСОБЛИВОСТІ ВИКОРИСТАННЯ МОБІЛЬНИХ ЗАСТОСУНКІВ В РЕСТОРАННІЙ ІНДУСТРІЇ (НА ПРИКЛАДІ ЛЬВОВА) 85

Кудла Н. Є., Кюріні-Поплавський Л. МОЖЛИВОСТІ ВИКОРИСТАННЯ ГЕОКЕШИНГУ У СІЛЬСЬКОМУ ТУРИЗМІ 89

Матусевич А. М. ФОРМУВАННЯ ПАТРІОТИЗМУ У СТУДЕНТСЬКОЇ МОЛОДІ НА ЗАНЯТТЯХ З ФІЗИЧНОГО ВИХОВАННЯ 92

Онопрієнко О. В., Онопрієнко О. М. ІННОВАЦІЇ У СФЕРІ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ 95
Савега О. Є., Медвідь І. М., Шидловська О. Б. ПЕРСПЕКТИВИ ЗАСТОСУВАННЯ ПРОДУКТІВ РАВЛИКІВНИЦТВА В SPA-ТЕХНОЛОГІЯХ ГОТЕЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВ 97
Субота В. В. ІННОВАЦІЇ ГОТЕЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВ 100
Субота В. В. ІННОВАЦІЙНИЙ РОЗВИТОК ПІДПРИЄМСТВ РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ 102
Халілова-Чуваєва Ю. О. ВПРОВАДЖЕННЯ СУЧАСНИХ ІТ-ТЕХНОЛОГІЙ В РОЗВИТОК ГОТЕЛЬНОГО ГОСПОДАРСТВА 105
Tsviliy S. M., Gurova D. D. VIRTUAL HUB FOR THE INTEGRATION OF MICROBUSINESS IN THE HOSPITALITY INDUSTRY OF THE REGION 107
Шикіна О. В., Ремігайло І. Ю. ВІРТУАЛЬНІ ВИСТАВКИ ЯК ШЛЯХ ВІДНОВЛЕННЯ ДІЛОВОГО ТУРИЗМУ У ПЕРІОД ПАНДЕМІЇ.....110

СУЧАСНІ ПРОБЛЕМИ МЕНЕДЖМЕНТУ ТА МАРКЕТИНГУ В ТУРИСТИЧНОМУ ТА ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОМУ БІЗНЕСІ

Дутчак О. І. ФУНКЦІОНАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ ЕФЕКТИВНОГО PR-МЕНЕДЖМЕНТУ ПІДПРИЄМСТВ СОЦІОКУЛЬТУРНОГО СЕРВІСУ 113
Плецан Х. В. REPUTATION MANAGEMENT AS A STRATEGIC TOOL OF COMPETITIVENESS OF A TOURIST ENTERPRISE.....116
Сидоренко І. О. МАРКЕТИНГОВИЙ ТА АДМІНІСТРАТИВНИЙ МЕНЕДЖМЕНТ ТУРИСТИЧНОЇ ІНДУСТРІЇ УКРАЇНИ 120
Сидоренко Т. М. ОСОБЛИВОСТІ ДИВЕРСИФІКАЦІЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА 123
Чепурда Л. М., Луцький І. М. ФАКТОРИ ВПЛИВУ НА ДІЯЛЬНІСТЬ ГОТЕЛЬНИХ МЕРЕЖ 126

ПЛАНУВАННЯ ТА ПРОГНОЗУВАННЯ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ В ГАЛУЗІ ТУРИЗМУ

Басюк Д. І., Авраменко В., Тимошенко А. БОТАНІЧНІ САДИ ЯК ІННОВАЦІЙНИЙ РЕСУРС МІСЬКОГО ТУРИЗМУ.....128
Бєляєва С. С. СТРАТЕГІЯ ВІДРОДЖЕННЯ ТУРИСТИЧНОГО ТЯСМИНУ.....129
Герман І. В. НАПРЯМИ АНТИКРИЗОВОЇ СТРАТЕГІЇ РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ В ЧЕРКАСЬКІЙ ОБЛАСТІ ДО 2025 РОКУ 132
Зубехіна Т. В. ГАСТРОНОМІЧНИЙ ТУРИЗМ ЯК ВАЖЛИВИЙ ЧИННИК РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ В РЕГІОНІ 135

Корнілова Н. В., Данилюк А. М. ФАКТОРИ СПРИЯННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ В ТУРИСТИЧНІЙ ГАЛУЗІ 137

Сокур Л. А., Чулкова Т. М., Сокур А. І. ОСОБЛИВОСТІ РИНКУ ОРГАНІЗОВАНОГО ТУРИЗМУ: ЗАГАЛЬНОДЕРЖАВНІ, РЕГІОНАЛЬНІ ТА ЛОКАЛЬНІ ТЕНДЕНЦІЇ В КОНТЕКСТІ ДІЯЛЬНОСТІ ШЕВЧЕНКІВСЬКОГО НАЦІОНАЛЬНОГО ЗАПОВІДНИКА 139

Чорна Л. В. ІННОВАЦІЙНІ КЛАСТЕРНІ СТРУКТУРИ В ТУРИЗМІ РЕГІОНУ ... 142

Щука Г. П. СТРАТЕГІЧНЕ ПЛАНУВАННЯ: РОЗРОБКА МАРКЕТИНГОВОЇ СТРАТЕГІЇ ТУРИСТИЧНОГО ПІДПРИЄМСТВА 145

ІСТОРИЧНЕ КРАЄЗНАВСТВО ЯК РЕСУРСНИЙ ПОТЕНЦІАЛ РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНОГО БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ

Паламарчук І. Я. МОНУМЕНТАЛЬНА ШЕВЧЕНКІАНА ЧЕРКАЩИНИ ЯК ЗАСІБ РОЗКРИТТЯ ВЕЛИЧІ Т. ШЕВЧЕНКА: ТУРИСТИЧНО-ЕКСКУРСІЙНИЙ АСПЕКТ 148

Смирнов І. Г., Цуй Джибо. ГЕРОЇ УКРАЇНСЬКИХ ВИЗВОЛЬНИХ ЗМАГАНЬ ЯК РЕСУРС ДЛЯ РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ: ГЕНЕРАЛ-ХОРУНЖИЙ МАРКО БЕЗРУЧКО 151

Чорна Л. О. ІСТОРИЧНІ ПОДІЇ В УКРАЇНІ 1990-Х РОКІВ ЧЕРЕЗ ПРИЗМУ СПРИЙНЯТТЯ ВІДВІДУВАЧАМИ МОГИЛИ ТАРАСА ШЕВЧЕНКА (ДО 30-РІЧЧЯ НЕЗАЛЕЖНОСТІ УКРАЇНИ) 154

Чорний М. Г. ПРО НЕОБХІДНІСТЬ СТВОРЕННЯ НАЦІОНАЛЬНОГО ПРИРОДНОГО ПАРКУ «СЕРЕДНЬОДНІПРОВСЬКИЙ» ЯК БАЗОВОГО ЕЛЕМЕНТУ РЕАЛІЗАЦІЇ ТУРИСТИЧНОГО І РЕКРЕАЦІЙНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ЧЕРКАЩИНИ 157

Юрченко І. К. ТУРИСТИЧНИЙ МАРШРУТ «ЛІТЕРАТУРНИМИ СТЕЖКАМИ КАНІВЩИНИ» 160

ХАРЧОВІ ТЕХНОЛОГІЇ В ГАЛУЗІ ТУРИЗМУ ТА ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОМУ БІЗНЕСІ

Бишовець Л. Г. ХАРАКТЕРИСТИКА НОВИХ ВИДІВ СИРОВИНИ В КУЛІНАРІЇ 164

Івашина Л. Л. ОСОБЛИВОСТІ ЗАСТОСУВАННЯ БАД В ДИТЯЧОМУ ХАРЧУВАННІ 166

Куриленко Ю. М., Бондарчук З. В. ДОСЛІДЖЕННЯ ХІМІЧНОГО СКЛАДУ ВИЧАВОК АРОНІЇ 169

Осипенкова І. І., Чепурна О. Л. ІННОВАЦІЙНІ СПОСОБИ УДОСКОНАЛЕННЯ ЯКОСТІ РЕКТИФІКОВАНОГО СПИРТУ 170

Субота В. В. ОСНОВИ НАУКОВОЇ ОРГАНІЗАЦІЇ ЗДОРОВОГО ХАРЧУВАННЯ 172

Авторський покажчик 175

ЛІТЕРАТУРА

1. Мельниченко С.В. Інформаційні технології у туризмі: теоретичні та практичні аспекти / С. В. Мельниченко // Вісник Запорізького національного університету, 2010. – №2(6). – С.129–138.

2. Головне управління статистики у м. Києві [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://kiev.ukrstat.gov.ua/p.php3?c=2906&lang=1

УДК 640.432:004.9(477.83)

ОСОБЛИВОСТІ ВИКОРИСТАННЯ МОБІЛЬНИХ ЗАСТОСУНКІВ В РЕСТОРАННІЙ ІНДУСТРІЇ (НА ПРИКЛАДІ ЛЬВОВА)

Дорош Ю. С., *викладач*
Цимбала О. С., *к.і.н.*
Львівський інститут економіки і туризму

Внаслідок впливу пандемії коронавірусу COVID-19 перед світовою галуззю ресторанного господарства постало безліч викликів. Зокрема, карантині обмеження стосувалися зменшення контактного обслуговування споживачів та збільшення діяльності в онлайні. Така тенденція сприяла впровадженню та використанню мобільних застосунків, адже вони несуть ряд додаткових переваг для обох сторін: бронювання столиків у застосунку; цифрове меню; онлайн замовлення та доставка; визначення місцезнаходження та закладів поруч; відображення програм лояльності та спеціальних пропозиції конкретного закладу. Мобільні застосунки спрощують комунікацію з клієнтами, поширюють інформацію про події та акційні пропозиції, залучають відвідувачів до програм лояльності та накопичення різноманітних бонусних винагород, дозволяють відслідковувати історії покупок, надають можливості залишати відгуки і пропозиції тощо [2; 3].

За даними сервісу аналітики мобільних застосунків Apptopia [4] у категорії «Продукти харчування та напої» у 2020 р. найбільш завантажуваними були: «UberEats» (82 млн.), «McDonald's» (81,9 млн.), «DoorDash» (44 млн.), «foodpanda» (35 млн.), «Just Eat Takeaway» (32 млн.), «Starbucks» (28 млн.), «iFood» (22 млн.), «Zomato» (20 млн.), «Deliveroo» (17 млн.), «Grubhub» (16 млн.). Ця тенденція характерна і для вітчизняних закладів харчування. Зокрема, у статті досліджено ті мобільні застосунки, які презентують заклади ресторанної індустрії, та доступні для використання у Львові. Умовно ці застосунки можна розділити на три частини, кожна із яких має свою специфіку. Першу групу формують застосунки, що діють за принципом «ресторанного гіда», відтак дозволяють знайти інформацію про заклади

харчування в різних містах, отримати певні знижки, залишити відгуки, пропозиції тощо (табл. 1).

Таблиця 1 – **Мобільні застосунки, що функціонують за принципом «ресторанного гіда»**

№ з/п	Назва застосунку	Короткий опис
1.	Finebite	Застосунок дозволяє відвідати понад 500 ресторанів зі знижкою 50% за умови попереднього бронювання столика через Finebite, а також оцінити заклад. Із застосунком співпрацюють ресторани у більш як 10 містах Європи: Львів, Київ, Варшава, Краків, Ґданськ, Ґдиня, Сопот, Вроцлав, Познань, Лодзь, Сілезія, Рига.
2.	Tomato	Це за стосунок функціонує у форматі гіда ресторанами, кафе, барами України. Дозволяє знайти інформацію про заклади у більш як 50-и містах України; переглянути меню та фотографії закладу, адресу та час роботи, почитати відгуки та оцінки інших відвідувачів, дізнатися про актуальні ресторанні події, забронювати столик тощо. Активність у застосунку винагороджується балами, які можна обміняти на знижки. Застосунок дозволяє віднайти найближчі ресторани на карті, знайти ресторани за назвою, кухнею, типом, відстанню та послугами, скласти список цікавих місць для відвідування.
3.	Lviv City Card	Застосунок пропонує придбати City Card у Львові, котра буде дійсною 24/48/72 години; містить інформацію про всі локації, які передбачають безкоштовний вхід із цією картою, зокрема: музеї/галереї, екскурсії, проїзд у електротранспорті. Використання застосунку дозволяє із знижкою відвідувати кафе та ресторани, сувенірні крамниці. Функції застосунку дають можливість не носити із собою карту, а використовувати її зі смартфону шляхом зчитування QR-коду.

Другу групу формують ті мобільні застосунки, які розроблені безпосередньо на замовлення конкретних закладів харчування. В основному цю групу презентують мережеві заклади як міжнародні, так і українські. У таблиці 2 охарактеризовано мобільні застосунки тих закладів, які представлені на ресторанному ринку Львова.

Таблиця 2 – **Мобільні застосунки, що розроблені безпосередньо закладами харчування**

№ з/п	Назва застосунку	Короткий опис
1.	McDonald's	Застосунок дозволяє ознайомитись із меню закладу, віднайти місце розташування, інформує про нові продукти та ресторани, надає актуальну інформацію та новини. Також застосунок активує доступу до пропозицій, якими можна скористатися за допомогою мобільного телефону під час оплати замовлення.
2.	Локаль/ Local	Застосунок призначений для учасників програми лояльності Локаль/Local та є універсальним ідентифікатором клієнта, джерелом актуальних новин, акцій, подій та цікавих пропозицій від партнерів; надає можливість скористатися унікальними пропозиціями від Холдингу емоцій «!FEST». Застосунок допомагає швидко зареєструватися у програмі лояльності та легко слідкувати за балансом балів на рахунку. Залогуватись у додатку мають можливість лише власники карток Локаль.
3.	Lviv Croissants	Застосунок залучає учасників до програми лояльності з можливістю отримувати бонуси за кожну покупку в мережі Lviv Croissants; дозволяє переглядати місце розташування найближчих пекарень, графік їхньої роботи, актуальне меню, відслідковувати історію покупок, бачити новини та акції, залишати відгуки і пропозиції
4.	Aroma Kava	Застосунок дозволяє зручно отримувати бонуси за покупки в мережі кав'ярень Aroma Kava. За кожну покупку система нараховує «зірки», які можна обміняти на смачні безкоштовні напої та страви в мережі кав'ярень Aroma Kava. Застосунок дозволяє переглядати найближчі кав'ярні, графік роботи, історію нарахування та списання бонусів, актуальне меню.
5.	LA П'ЄЦ	Застосунок, що пропонує сервіс для швидкого та зручного замовлення смачної піци на дровах «La П'ЄЦ» з цілодобовою безкоштовною доставкою у Львові, Вінниці, Івано-Франківську, Луцьку, Харкові, Хмельницькому. Застосунок містить інформацію про актуальне меню, акції, систему доставки і оплати замовлення, вакансії, франшизу та контакти.
6.	Domino's Pizza Ukraine	Застосунок дозволяє замовити піцу, салати, напої та десерти від однойменної піцерії. У застосунку зібрано найактуальніші акційні пропозиції, а також міститься карта із найближчими їх закладами залежно від геолокації споживача. Крім того, даний застосунок містить програму лояльності до якої може долучитися кожен клієнт.

7.	Хінкальня	Застосунок дає можливість отримати швидкий доступ до акцій, новин та програми лояльності цієї мережі ресторанів. Для використання застосунку необхідно пройти процедуру реєстрації, після якої споживачу нараховуються бонусні гривні. Також мітить онлайн-карту із зазначеними ресторанами по території України.
8.	ЯпонаХата	Застосунок дозволяє споживачу самостійно сформувати, оплатити та замовити доставку страв із меню суші-бару. Застосунок містить докладний опис та фотографії страв. Також є можливість ознайомитися із переліком актуальних акційних пропозицій.
9.	Українське подвір'я	Застосунок презентує меню львівського ресторану української кухні. За допомогою застосунку споживач має можливість ознайомитися із стравами закладу, обрати їх та здійснити замовлення. Застосунок використовує геолокацію, містить дані щодо вартості доставки та поточні акційні пропозиції.

До третьої групи віднесено мобільні застосунки, які дозволяють замовити доставку їжі із закладів ресторанного господарства. Вони можуть бути як міжнародними, так і національними; пропонують можливість ознайомитися з меню окремих закладів харчування, мають свою програму лояльності та акційні пропозиції. Більшість таких сервісів орієнтовані не лише на доставку страв із закладів харчування, а також і на продукти побутового призначення, гігієни, зв'язку тощо (табл. 3).

Таблиця 3 – **Мобільні застосунки, що пропонують послуги доставки із закладів харчування**

№ з/п	Назва застосунку	Короткий опис
1.	Glovo	Застосунок дозволяє замовити доставку страв у 20 країнах світу, в тому числі із понад 150 закладів ресторанного господарства Львова. Окрім готових страв є можливість замовити продукти із супермаркету, подарунки, товари з аптеки тощо. Застосунок визначає геолокацію, допомагає відслідковувати замовлення та пропонує грошові бонуси за кожного долученого користувача.
2.	Rocket/ Raketa	Застосунок дає можливість отримати доставку їжі із закладів ресторанного господарства Львова будь-якого профілю. За допомогою застосунку можна знайти заклади поруч, переглянути меню, зробити замовлення та одразу оплатити. Застосунок пропонує ряд акційних пропозицій, зокрема: «Нямтижні», «Щасливі години». Застосунок визначає геолокацію, містить інформацію про здійснені замовлення, платіжні карти, наявні промокоди.

Узагальнюючи, варто зазначити, що в останні роки ринок мобільних застосунків у різних сферах активно розвивається. Свою нішу у цій сфері займають заклади ресторанної індустрії, розробляючи власні мобільні застосунки. Можливість ознайомитись із меню та пропозиціями окремих закладів харчування надають застосунки, що функціонують за принципом «ресторанного гіда». Вагоме місце також займають застосунки, що пропонують доставку їжі із закладів харчування, що стало особливо актуальним в період пандемії. В цілому, застосунки у ресторанній галузі дозволяють споживачам замовляти безконтактну доставку, ознайомитися із меню закладу, брати участь у програмах лояльності та використовувати промокоди.

ЛІТЕРАТУРА

1. Цимбала О., Дорош Ю. Аналіз ринку мобільних додатків у сфері туризму: Зб. матер. VIII регіональної науково-практичної конференції «Історико-культурні пам'ятки Прикарпаття та Карпат – важливі об'єкти в розвитку туризму» (Львів, 25 березня 2020 р.). Львів: ЛІЕТ, 2020. – С. 295-303.

2. Дорош Ю. С., Цимбала О. С. Тенденції впровадження мобільних застосунків екскурсійного спрямування у туристичну індустрію Львова: Зб. матер. Міжнародної науково-практичної конференції «Сучасні тенденції розвитку індустрії гостинності» (Львів, 26-27 листопада 2020 р.). – Львів : ЛДУФК, 2020. – С. 225-228.

3. 10 Benefits of using mobile app technology in a restaurant business [Electronic resource]. – Access mode:https://www.peerbits.com/blog/restaurant-mobile-app-technology-benefits.html

4. 2020's most-downloaded foodservice apps revealed [Electronic resource]. – Access mode:https://www.fastcasual.com/news/2020s-most-downloaded-foodservice-apps-revealed/

УДК 005.32:[338.48:379.845]:796.1

МОЖЛИВОСТІ ВИКОРИСТАННЯ ГЕОКЕШИНГУ У СІЛЬСЬКОМУ ТУРИЗМІ

Кудла Н. Є., *доцент кафедри менеджменту*
Львівський торговельно-економічний університет
Кюріні-Поплавський Л., *доктор*
кафедри підприємництва і просторового управління
Краківський педагогічний університет

Інтерактивний і креативний відпочинок є привабливим способом проведення вільного часу у сільській місцевості. У маркетинговій діяльності об'єкти сільського туризму повсюдно використовують соціальні мережі для популяризації подій, заходів, які пов'язані з певною дестинацією. Розширення чи збагачення продукту сільського туризму можуть стати нові методи демонстрації сільського способу життя, культурної та природної