

розміщення краще, ніж інші, підготовлені до вирішення цих проблем завдяки зростаючій тенденції впровадження систем екологічного менеджменту та сертифікації в усій галузі.

Вирішення проблеми харчових відходів в індустрії гостинності вимагає повністю переглянути підхід до організації та споживання продуктів харчування. Доцільним є впровадження ефективної системи управління відходами, яка в кінцевому результаті дозволить зменшити навантаження на сільське господарство та забезпечити сталий розвиток.

Список використаних джерел:

1. Hyland P. Food waste: should the tourism industry worry? *Tourism Review*. 2020. URL: <https://www.tourism-review.com/tourism-industry-fighting-the-food-waste-news11341>.

2. Shefalee Loth. Food waste causes just as much damage to our planet as plastic waste. *Which?* URL: <https://www.which.co.uk/news/article/three-food-waste-facts-everyone-needs-to-know-aIHRD3H1gpEv>. (дата звернення 15.02.2023).

3. Pat Hyland. Food waste: should the tourism industry worry? *Tourism Review*. URL: <https://www.tourism-review.com/tourism-industry-fighting-the-food-waste-news11341>. (дата звернення 15.02.2023).

4. Поводження з харчовими відходами – глобальна проблема сьогодні. Всеукраїнська екологічна ліга. URL: <https://www.ecoleague.net/pres-tsentr-vel/novyny/2019-rik/zhovten/item/1706-povodzhennia-z-kharchovymy-vidkhodamy-hlobalna-problema-sohodennia>

**Данилова В.
40 гр. ФМЕ**

Одеський національний економічний університет
м. Одеса, Україна
*Науковий керівник - канд. екон. наук, доцент кафедри
туристичного та готельно-ресторанного бізнесу*
Шикіна О.В.

ІНСТРУМЕНТИ ІНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГУ ГОТЕЛЬНОГО ГОСПОДАРСТВА

Інтернет-маркетинг є невід'ємною частиною сучасного бізнесу, в тому числі й готельного господарства. Нижче наведено декілька інструментів, які можуть бути використані для ефективного інтернет-маркетингу готельної галузі:

1. Веб-сайт: Веб-сайт є візитною карткою готелю, тому він має бути привабливим та інформативним. Важливо забезпечити його адаптивність та швидкість завантаження, забезпечити його оптимізацію для пошукових систем (SEO), а також створити зручність для бронювання номерів.

2. Контент-маркетинг: Створення корисного та цікавого контенту може допомогти привернути увагу потенційних клієнтів та збільшити їх зацікавленість в готелі. Контент може бути різним – це можуть бути блоги, статті, відео, фотографії тощо.

3. Email-маркетинг: Розсилка електронних листів може бути ефективним інструментом маркетингу. Важливо забезпечити, щоб листи були цікавими та інформативними, а також не перевантажувати користувачів.

4. Соціальні медіа: Соціальні медіа є важливим інструментом маркетингу, оскільки вони дають змогу залучати та взаємодіяти з клієнтами. Важливо обирати платформи, які найбільш підходять для цільової аудиторії готелю та активно спілкуватися з підписниками.

5. Реклама в Інтернеті: Реклама в Інтернеті може допомогти привернути увагу потенційних клієнтів та збільшити продажі. Реклама може бути різноманітною, наприклад, контекстна реклама в Google або соціальній мережі, банерна реклама на сайтах, відеореклама на YouTube тощо.

6. Онлайн-бронювання: Надання можливості бронювання номерів онлайн на веб-сайті готелю може сприяти збільшенню кількості бронювань та зручності для клієнтів.

7. Віртуальні тури: Створення віртуальних турів по готелю дозволяє клієнтам зазирнути в його приміщення та побачити, що їх очікує. Це може допомогти підвищити зацікавленість та зробити враження на потенційних клієнтів.

8. Аналітика: Для ефективного інтернет-маркетингу важливо використовувати аналітику, щоб відслідковувати результати маркетингових кампаній, визначити ефективність кожного інструменту та вносити зміни для поліпшення маркетингової стратегії.

Усі ці інструменти можуть допомогти готелю привернути нових клієнтів, збільшити продажі та поліпшити свою репутацію. Проте важливо пам'ятати, що успіх залежить не тільки від застосування інструментів, але й від їх правильного використання та інтеграції в загальну маркетингову стратегію готелю.

Список використаних джерел :

1. Шикіна, О., Нечева Н. Аналіз інструментів інтернет-маркетингу національних готельних мереж України (2023). Економіка та суспільство, (47). URL: <http://surl.li/fkshm>

Єгорова У.

ЗВО спеціальності 181 «Харчові технології»

Миколаївський національний аграрний університет

м. Миколаїв, Україна

*Науковий керівник – канд. екон.наук., доцент кафедри
готельно-ресторанної справи та організації бізнесу*

Кушнірук В.С.

ВПЛИВ ГЛОБАЛЬНИХ ТЕНДЕНЦІЙ НА РОЗВИТОК ХАРЧОВОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ В УКРАЇНІ ТА СВІТІ

Харчова промисловість - одна із залишків галузей, що забезпечує життєдіяльність людей. Ця галузь займає велику роль у забезпеченні населення харчовими продуктами, тому вона постійно розвивається та змінюється. Глобальні тенденції в харчовій промисловості відображають зміни в попиті та споживанні харчових продуктів, які можуть мати вплив на розвиток цієї галузі в Україні та світі.

Однією з головних тенденцій є зростання попиту на здоров'я та функціональну їжу. Сьогодні споживачі все більше поважають своє здоров'я, тому що з'являється потреба в продуктах, які були безпечні та мали певний позитивний вплив на організм. Це ризик до розвитку нових технологій виробництва та інноваційних продуктів.

Ще однією тенденцією є зростання популярності рослинної їжі. За останні роки споживання рослинної продукції зросло значно швидше, ніж споживання м'яса. Це пов'язано з підвищенням свідомості про здоров'я.