

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ХЕРСОНСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ
АГРАРНО-ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ



ЕКОНОМІЧНИЙ ФАКУЛЬТЕТ
КАФЕДРА ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО ТА ТУРИСТИЧНОГО БІЗНЕСУ

ЗБІРНИК МАТЕРІАЛІВ
III Всеукраїнської науково-практичної конференції
«СУЧАСНИЙ СТАН ТА ПОТЕНЦІАЛ РОЗВИТКУ
ІНДУСТРІЇ ГОСТИННОСТІ В УКРАЇНІ»

23 квітня 2024 року

м. Херсон (м. Кропивницький)

УДК: 640.4

Сучасний стан та потенціал розвитку індустрії гостинності в Україні: зб. матеріалів III Всеукр. наук. – практ. конф. (Херсон-Кропивницький, 23 квітня 2024 р.) / за ред. доц. Нікітенко К.С. Херсон-Кропивницький: ХДАЕУ, 2024. 263 с.

У матеріалах конференції розглянуто економічні, екологічні та організаційні аспекти розвитку потенціалу підприємств туристичної індустрії та суміжних галузей в умовах світової економічної кризи. Досліджено менеджмент підприємств індустрії гостинності в умовах світової фінансової кризи: виклики й можливості, сильні та слабкі сторони. Висвітлено інноваційні технології та менеджмент якості продукції та послуг готельно-ресторанного, туристичного та рекреаційного бізнесу. Визначено сучасні тренди розвитку внутрішнього та зовнішнього туризму та готельно-ресторанного бізнесу в Україні та світі. Проаналізовано заходи щодо удосконалення маркетингового комплексу підприємств індустрії гостинності.

Призначено для науково-педагогічних працівників, науковців, докторантів, аспірантів, студентів, представників органів влади, громадських організацій та підприємств.

Матеріали доповідей друкуються в авторській редакції. Автори опублікованих матеріалів несуть відповідальність за їхній зміст, достовірність наведених фактів, посилань тощо.

*© Херсонський державний аграрно-економічний університет
Кафедра готельно-ресторанного та туристичного бізнесу*

Позуда Н. В. ЦИФРОВІ ТЕХНОЛОГІЇ У ТУРИЗМІ	236
Позуда О. А. СУЧАСНІ ІННОВАЦІЙНІ ТЕНДЕНЦІЇ У РОЗВИТКУ РИНКУ ПАСАЖИРСЬКИХ АВІАПЕРЕВЕЗЕНЬ	239
СЕКЦІЯ 9. ІННОВАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ НАВЧАННЯ В ПРОФЕСІЙНІЙ ОСВІТІ МАЙБУТНІХ ФАХІВЦІВ СФЕРИ ГОСТИННОСТІ	241
Главацька Ю. Л. SOFT SKILL PROFICIENCY IN THE HOSPITALITY INDUSTRY: EMOTIONAL INTELLIGENCE	242
СЕКЦІЯ 10. ОБ'ЄКТИ ІНДУСТРІЇ ГОСТИННОСТІ: АРХІТЕКТУРА ТА ДИЗАЙН	45
Атаман Л. В., Давга К. В. МУРАЛИ ВІННИЦІ ЯК ОБ'ЄКТИ ТУРИСТИЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ	246
Глушаниця М. В., Устименко І. П., Крижановська О. Т. ЕКСКУРСІЙНА ДІЯЛЬНІСТЬ НПП «ГОЛОСІЇВСЬКИЙ» ЯК ОБ'ЄКТА ІНДУСТРІЇ ГОСТИННОСТІ	250
Давидова О. Ю., Давидов Д. Д. РОЛЬ ОФОРМЛЕННЯ ІНТЕР'ЄРУ ТА ДИЗАЙН ПРИМІЩЕНЬ ПІДПРИЄМСТВ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ	254
Нечипоренко Ю. О. ВПЛИВ КУЛЬТУРИ ТА МІСЦЕВИХ ТРАДИЦІЙ НА ДИЗАЙН ГОТЕЛІВ В СВІТІ	257
Хільчевська І. Г., Холодько А. Р. ТУРИСТИЧНИЙ ПОТЕНЦІАЛ ТЕРНОПІЛЛЯ: НЕВІДОМА ТЕРЕБОВЛЯ	259

Погуда Наталія Вікторівна

к.е.н., доцент

Харківський національний економічний університет

імені Семена Кузнеця,

м. Харків

ЦИФРОВІ ТЕХНОЛОГІЇ У ТУРИЗМІ

Перехід до цифрової економіки відкриває широкі можливості для туристичних підприємств. Це обумовлено декількома факторами, по-перше, цифрові технології дозволяють підприємствам покращувати взаємодію з клієнтами шляхом впровадження онлайн-бронювання, віртуального туристичного маркетингу та інтерактивних платформ для спілкування з подорожуючими. По-друге, використання аналітики даних дозволяє туристичним підприємствам збирати та аналізувати інформацію про своїх клієнтів, що допомагає в розробці персоналізованих пропозицій та рекламних кампаній. По-третє, цифрові технології сприяють оптимізації операційних процесів, наприклад, управління персоналом, бухгалтерський облік, що дозволяє підприємствам знижувати витрати та підвищувати ефективність.

Крім того, цифрові платформи розширюють можливості маркетингу та збуту для туристичних підприємств, дозволяючи їм досягати нових сегментів аудиторії та залучати більше клієнтів. Тобто перехід до цифрової економіки відкриває шлях для туристичних підприємств до досягнення конкурентних переваг, забезпечення більш ефективної роботи та поліпшення взаємодії з клієнтами.

Відповідно до даних Організації економічного співробітництва та розвитку (ОЕСР) [1] поштовхом до впровадження у практичну діяльність цифрових технологій є конвергенція новітніх технологій та зростання соціально-економічних зв'язків в умовах глобалізації. Сучасні цифрові технології, що сприяють оптимізації продуктивності роботи туристичних підприємств, наприклад, програмне забезпечення для управління доходами, хмарні обчислення чи аналітика даних, у сучасних умовах, використовуються на недостатньому рівні, особливо це стосується малих та середніх туристичних підприємств (МСП).

Разом з цим, цифрові платформи все частіше стали використовуватися малими підприємствами для доступу до інновацій та стимулювання їх впровадження. Найменші розбіжності між малими та великими підприємствами стосуються використання таких цифрових платформ, як соціальні мережі, відкрите програмне забезпечення, платформи B2B [2]. З 2021 р. спостерігається активний перехід до хмарних технологій. У цей період використання соціальних медіа стало мейнстрімом, де частка малих підприємств, які використовують їх становила 59%, середніх - 70%, а серед великих підприємств - 83% використовують соціальні медіа у своїй діяльності. Частка МСП, які купують послуги хмарних обчислень, подвоїлася менш ніж за шість років. Таке

прискорення є індикатором зростаючої цінності даних для підприємств, які переходять у хмару не лише з метою оновлення технологій, але й для пошуку та впровадження бізнес-інновацій.

Цифрова туристична економіка використовує різноманітні технології для поліпшення послуг, ефективного управління та залучення клієнтів. Найбільш вагомими є Інтернет-платформи та маркетплейси. Такі онлайн-сервіси, як Booking.com, Airbnb, TripAdvisor, дозволяють туристичним підприємствам розміщувати свої пропозиції та привертати клієнтів через великі онлайн-платформи, тим самим, охоплюючи не лише конкретні країни, а виходячи на світовий ринок. Окрім того, використання різних стратегій, наприклад, партнерство, запуск нових продуктів або ж їх придбання, щоб посилити присутність на ринку, забезпечують лідерство даним сервісам і у мобільному бронюванні.

Додатки для смартфонів та планшетів дозволяють туристам швидко знаходити інформацію про готелі, ресторани, туристичні маршрути, а також здійснювати бронювання та оплату послуг, що також відображається на діяльності туристичних підприємств. За даними спільного дослідження Google та Phocuswright [3] було виявлено глобальну тенденцію до використання смартфонів у туризмі: починаючи від пошуку варіантів для подорожі, завершуючи написанням відгуків про відпочинок. Для прикладу, понад 70% туристів у США використовують смартфони при бронюванні та під час подорожі. Прогнозується, що до 2031 р. мобільні бронювання туристичних подорожей досягнуть 612,5 млрд. дол., а середньорічний темп мобільних бронювань оцінюється у 10,7% [4]. Сучасний турист все більше і частіше використовує смартфон для вибору місця відпочинку, що пояснюється обізнаністю споживачів про мобільні програми для бронювання подорожей. Очікується, що зручність і гнучкість, які забезпечуються відповідними програмами, завдяки популярності мобільних пристроїв, забезпечать зростаючі можливості для розширення ринку [4].

Серед цифрових рішень у туризмі можна також зазначити віртуальну (VR) та доповнену реальність (AR), що дозволяють потенційним туристам отримати враження від місця подорожі ще до від'їзду, досліджувати атракції та визначати маршрути в інтерактивному форматі. Варто згадати і про Інтернет речей (IoT), де відповідні системи IoT можуть використовуватися для відстеження руху туристів, керування енергоспоживанням у готелях та інших місцях перебування, а також для забезпечення безпеки.

Системи штучного інтелекту, які набувають особливої популярності, використовуються для автоматизації обробки запитів від клієнтів, персоналізації пропозицій, прогнозування попиту та управління цінами. Штучний інтелект активно почав революціонізувати туризм. Для прикладу, замінюючи персонал на віртуальних агентів – туристичні агентства та авіакомпанії. Варто згадати про компанію Westjet, яка використовує віртуального помічника Juliet, або ж Boston Consulting Group і KLM Royal Dutch Airlines, що запустили рішення на основі штучного інтелекту, яке допомагає

авіакомпаніям стимулювати зростання, прискорювати інновації та оптимізувати роботу відповідно до стандартів якості та гостинності, або ж платформу з управління подорожами TravelPerk, яка застосовує штучний інтелект у Twilio Flex і Twilio Segment для сегментації ринку [5].

Сукупність згаданих технологій може забезпечити підприємствам в туристичній галузі засоби для оптимізації бізнес-процесів, підвищення задоволення клієнтів та залучення нових аудиторій.

За даними ОЕСР [2] мережева політика, пов'язана з інноваціями, демонструє сильну міжнародну орієнтацію, де приблизно половина спрямована на посилення зв'язків між МСП із міжнародними партнерами з інновацій. Менше ніж 15% урядів у країнах ОЕСР використовують цифрові платформи для розширення інноваційних мереж, що вказує на значний невикористаний потенціал.

Туристичні підприємства також мають значний невикористаний потенціал у використанні цифрових рішень, що може бути реалізовано шляхом інвестування в інформаційно-комунікаційні технології (ІКТ) із секторів, які мають кращий досвід і технологічні можливості. Для цього можна здійснити імплементацію технологій, які вже успішно використовуються у схожих секторах, наприклад, в роздрібній торгівлі, або ж співпрацювати із технологічними компаніями та стартапами для розробки новаторських рішень, спеціалізованих на конкретні потреби туристичної галузі. Наприклад, це може бути розробка додатків для покращення взаємодії з клієнтами, розробка систем віртуальної реальності для популяризації туристичних напрямків тощо. Третій шлях - це співпраця з урядовими органами та іншими суб'єктами туристичної галузі для спільного впровадження цифрових ініціатив. Наприклад, розробка цифрових платформ для просування туристичних напрямків на рівні країни або регіону, а також створення цифрових систем для покращення туристичної інфраструктури.

Враховуючи широкий спектр можливостей, які пропонують цифрові технології, туристичні підприємства мають потенціал для значного росту та розвитку, шляхом впровадження інноваційні рішень та використання найкращого досвіду інших секторів у цій галузі.

Список використаних джерел

1. Preparing tourism businesses for the digital future. OECD Library: website. URL: <https://shorturl.at/gkPS3> (last accessed: 13.04.2024).
2. OECD SME and Entrepreneurship Outlook 2023. OECD Library: website. DOI: <https://shorturl.at/efmsQ> (last accessed: 13.04.2024).
3. How smartphones influence the entire travel journey in the U.S. and abroad. Think with Google: website. URL: <https://shorturl.at/bxABI> (last accessed: 13.04.2024).
4. Explore the Global Mobile Travel Booking Market Report 2023. Yahoo Finance: website. URL: <https://shorturl.at/jkJPQ> (last accessed: 15.04.2024).
5. Koteshov D. Artificial Intelligence in Tourism. URL: <https://shorturl.at/twB23> (last accessed: 15.04.2024).