

Список літератури

1. Кожухівська Р. Б., Непочатенко В. О. Digital-технології як основа розвитку туристичної діяльності в Україні. Економіка та держава, 2020. С. 94–97.
2. Тищук І., Ільїна О. Digital-технології у сучасному туристичному бізнесі: особливості розвитку та перспективи. Економічний форум 4/2023. С. 38–47.
3. Худавердієва В.А., Ланков М. М. Інформаційні та Digital-технології в індустрії туризму і гостинності в умовах нової реальності і потреб ринку. Сучасні тенденції розвитку індустрії туризму та гостинності: глобальні виклики. Матеріали Міжнародної науково-практичної Інтернет-конференції. Харків, 2022. С. 121–122.

УДК 338.48:330.342

Стрижак О.О.,

канд. екон. наук,

доцент кафедри туризму,

Харківський національний економічний університет ім. С. Кузнеця

ТУРИСТИЧНИЙ БІЗНЕС В УМОВАХ ІНДУСТРІЇ 4.0

Туристична галузь зазнає суттєвих змін в умовах розвитку технологій четвертої промислової революції. Компанії, що надають туристичні послуги, змушені адаптувати свої бізнес-моделі до нових вимог і потреб сучасного мандрівника. Індустрія 4.0 відкриває перед туристичними компаніями величезні можливості для поліпшення якості обслуговування, оптимізації процесів і створення унікального туристичного продукту. Із цифровізацією галузі дедалі більшу роль відіграють онлайн-платформи, мобільні додатки, інтернет речей, Big Data і штучний інтелект [1; 2; 3; 4]. У сфері туризму цифрові інструменти знаходять реалізацію у використанні віртуальної реальності для створення інтерактивних туристичних маршрутів, у бронюванні готелів і квитків через мобільні додатки, у смарт-технологіях для гідів і навчанні туристів тощо.

Технологічні інновації та цифровізація суттєво змінили способи взаємодії між туристичними компаніями, готелями, ресторанами та туристами. На основі технологій Індустрії 4.0 туристи можуть отримати доступ до персоналізованих рекомендацій, зроблених на основі аналізу їх вподобань та інтересів. Вони можуть використовувати розумні пристрої для самостійного планування поїздок, вибору маршрутів та спілкування з місцевими жителями.

Туристичний бізнес в Індустрії 4.0 дедалі більше орієнтований на використання сучасних технологій і цифрових інновацій. Це дозволяє покращити якість обслуговування туристів, оптимізувати бізнес-процеси та підвищити конкурентоспроможність компаній у цій сфері. З одного боку, технології дозволяють туристичним компаніям покращити взаємодію з

клієнтами, надаючи їм зручні онлайн-сервіси для бронювання готелів, квитків на літаки та екскурсії. Завдяки використанню Big Data та аналітичних інструментів компанії можуть аналізувати переваги туристів та пропонувати персоналізовані туристичні пакети.

З іншого боку, цифрові технології допомагають оптимізувати внутрішні процеси туристичних компаній, керувати запасами, автоматизувати бухгалтерію та управління персоналом. Це дозволяє значно скоротити витрати та підвищити ефективність діяльності. Крім того, туристичний бізнес в Індустрії 4.0 також стає екологічно орієнтованим, застосовуючи еко-технології зниження навантаження на навколишнє середовище. Наприклад, компанії все частіше використовують електронні документи замість паперових квитків та рекламних матеріалів, а також впроваджують програми зі скорочення відходів та енергоспоживання.

Однією з основних особливостей розвитку туристичного бізнесу в індустрії 4.0 є можливість використання цифрових платформ для бронювання та планування подорожей. Туристи можуть легко знайти та забронювати житло, купити квитки на різні заходи, замовити екскурсії та трансфери, все це, не виходячи з дому. Ще однією важливою особливістю є персоналізація послуг для кожного клієнта. Завдяки аналітиці даних та штучному інтелекту туристичні компанії можуть запропонувати клієнтам індивідуальні маршрути, що враховують їх переваги, інтереси та бюджет. Також відбувається покращення комунікації між туристичними компаніями та клієнтами.

За допомогою соціальних мереж, месенджерів та онлайн-консультантів туристи можуть отримати миттєві відповіді на свої запитання, а компанії можуть оперативно реагувати на зворотний зв'язок. Варто звернути увагу на розвиток віртуальної та доповненої реальності у туристичній індустрії. Ці технології дозволяють клієнтам сформуванню уявлення подорож до її початку, створюючи незабутні враження та емоції.

Таким чином, розвиток туристичного бізнесу в Індустрії 4.0 відкриває нові можливості для зростання та розвитку галузі, покращуючи якість обслуговування, підвищуючи задоволеність клієнтів та сприяючи створенню унікальних туристичних продуктів.

Список літератури:

1. Стрижак О. О. Розвиток туризму в контексті формування Індустрії 4.0: визначення взаємозв'язку. *Економічний вісник НТУУ «Київський політехнічний інститут»*. – 2021. – № 19. – С. 63-70. URL: <http://repository.hneu.edu.ua/handle/123456789/27877>

2. Стрижак О. О. Трансформації індустрії туризму в умовах цифрової економіки. *Економіка та управління АПК: зб. наук. праць*. – 2021 - № 2 (169). – С. 41-49. URL: <http://repository.hneu.edu.ua/handle/123456789/27874>

3. Stryzhak O. Tourism and digital technologies: analysis of the relationship. *Economic of Development*. 2022. Vol. 21(2). P. 42-49. URL: <http://repository.hneu.edu.ua/handle/123456789/28546>

4. Stryzhak O. Tourism in the digital economy: an assessment of the relationship between Travel and Tourism Competitiveness Index and World Digital Competitiveness Ranking. *Tourism and Hospitality in Conditions of Digital Economy: Problems and Perspectives*: monograph / K. Naumik-Gladka, O. Sushchenko, O. Stryzhak [et al.]. – Kharkiv : S. Kuznets KhNUE, 2023. – P. 54-80. URL: <http://repository.hneu.edu.ua/handle/123456789/30536>

УДК 338.48

Лисюк Тетяна Василівна
кандидат педагогічних наук, доцент,
Волинський національний університет імені Лесі Українки

ІННОВАЦІЙНІ ПРОЦЕСИ В ІНДУСТРІЇ ТУРИЗМУ УКРАЇНИ

На сучасному етапі управління туристичних підприємств вкрай необхідно генерувати дані, які допомагають інтерпретувати поведінку туристів, відповідну статистику, тим самим сприяючи розвитку індустрії туризму загалом. У сучасну еру інформаційних технологій стає все більше важливий цифровий туризм.

Зміни, що відбулися у сфері маркетингу в останні роки підтверджують що методи та механізми цифрового маркетингу розширилися, а традиційні методи вже не є ефективними в умовах сучасної великої цифрової революції. Методи цифрового маркетингу поширилися переважно в туристичному секторі, що у свою чергу, зумовлює зміни в галузі, пов'язані з подорожами, бронюванням, святами та відпустками, які здійснюються через пошукові системи, онлайн-додатки, віртуальну реальність [1].

Останніми роками цифрові інновації в туризмі поширюються прискореними темпами, завдяки сучасним технологіям і методам, таким як системи з відкритим вихідним кодом, платформні технології, хмарні обчислення, високошвидкісні та ефективні пошукові системи, смартфони та інші пристрої на основі бездротової мережевої інфраструктури, які сприяли значній зміні іміджу в галузі туризму. Поряд з іншими інноваціями маркетингові займають чільне місце в туристичній індустрії України (табл. 1) [2].

Цифровий маркетинг використовує цифрові технології, засновані на Інтернеті, для роботи з туристичними продуктами або послугами. Контакт з споживачами може здійснюватися через мобільні телефони, комп'ютери, планшети або будь-яких інших електронних пристроїв. Цифровий маркетинг охоплює всі види маркетингових дій з клієнтами за допомогою пошукових систем, соціальних мереж, електронної пошти, веб-сайтів, мобільних додатків або будь-яких інших цифрових засобів.

Цифровий маркетинг пов'язаний з маркетингом туристичних продуктів онлайн за допомогою електронних пристроїв. Це найпростіший і найефективніший спосіб охопити велику кількість споживачів туристичних послуг. Стратегія цифрового маркетингу допомагає створити основу для всіх