

УДК 338.48:339.9

T-33

Рекомендовано до друку Науково-методичною радою Вищого навчального приватного закладу «Дніпровський гуманітарний університет» (протокол від 21.12.2023 р. (протокол № 4).

T-33 Теоретико-прикладні проблеми розвитку індустрії туризму та гостинності у конкурентному середовищі: матер. Всеукр. наук.-практ. конф. (Дніпро, 29 листоп. 2023 р.). Дніпро : ВНПЗ «Дніпровський гуманітарний університет», 2023. 113 с.

Збірник містить матеріали Всеукраїнської науково-практичної конференції «Теоретико-прикладні проблеми розвитку індустрії туризму та гостинності у конкурентному середовищі» (29.11.2023), у роботі якої взяли участь здобувачі вищої освіти закладів вищої освіти України.

Матеріали науково-практичної конференції надруковані в авторській редакції.

РЕДАКЦІЙНА КОЛЕГІЯ

докт. юрид. наук, проф. **Олег КИРИЧЕНКО** (голова); канд. ек. наук, доц. **Тетяна ТЕСЛЕНКО** (заст. голови); **Андрій МІРОШНИК** (секретар); канд. юр. наук **Сергій ДУБОВ**; док. ек. наук, проф. **Ігор САЗОНЕЦЬ**; док. ек. наук, проф. **Володимир ДЖИНДЖОЯН**; док. ек. наук, проф. **Ольга САЗОНЕЦЬ**; канд. юр. наук, доц. **Тетяна ЛЕЖНЄВА**.

© ВНПЗ ДГУ, 2023

© Автори, 2023

Теоретико-прикладні аспекти інноваційних та інформаційних процесів в туризмі та гостинності

Єфремова Катерина Геннадіївна

здобувачка вищої освіти
першої (бакалаврського) рівня вищої освіти
Дніпровського гуманітарного університету

Науковий керівник:

Тесленко Тетяна Вікторівна

кандидат економічних наук, доцент,
завідувач кафедри туристичного та
готельно-ресторанного бізнесу
Дніпровського гуманітарного університету

ВПЛИВ ОНЛАЙН - ТЕХНОЛОГІЙ НА ГАЛУЗЬ ТУРИЗМУ

Впровадження цифрових технологій в усі сфери діяльності призвело до значних змін в сучасних бізнес — процесах, а також в системах управління туризмом на всіх рівнях. У зв'язку з цим багато базових положень організації управління туризмом вимагають фундаментального перегляду, що вимагає наукових досліджень. Такі дослідження також необхідні для збагачення стратегій розвитку туризму в цифровому середовищі на національному рівні та на рівні окремих туристичних напрямків.

Вплив цифровізації на туризм слід розглядати на декількох рівнях:

мегамасштабі, макрорівні, мезорівні та мікрорівні. Мегарівень відповідає рівню міжнародного туризму, на який найбільше впливають нові цифрові технології, такі як великі дані, штучний інтелект, Інтернет та мобільні технології. Діяльність туристичних компаній у XXI столітті була б неможлива без використання інформації та цифрових технологій. Щоб вижити в часи конкуренції необхідно впроваджувати інноваційні технології. У той же час туристичним агентствам і туроператорам необхідно не тільки залучати туристів, а й розробляти і використовувати нові унікальні види послуг. Це вимагає формування нових споживчих цінностей, а саме:

- комплексне обслуговування за рахунок більш широкого спектру додаткових послуг;
- покращення післяпродажної підтримки клієнтів;
- впровадження міжнародних стандартів обслуговування.

Якщо ми говоримо про концепцію "динамічного пакетування" в бізнесі, то варто відмітити, що це є універсальним інструментом для створення індивідуальних подорожей, який дозволяє пасажиром з легкістю бронювати, оплачувати послуги та замовляти авіаквитки за вигідними умовами всього за кілька хвилин. Завдяки спеціальним пропозиціям від авіакомпаній та готелів,

ціни на такі турпакети зазвичай нижчі, ніж при окремому бронюванні послуг на сайтах постачальників.

UNWTO визначила понад 130 факторів, що впливають на попит на туристичні послуги та послуги, що надаються туристичними підприємствами. Одним із ключових факторів, що впливають на попит на послуги туристичних підприємств, є інформаційні фактори. Інформація та інформаційні технології стали відігравати значну роль у збільшенні попиту на туристичні послуги та прискоренні економічного розвитку туристичних підприємств. В умовах розвитку інформаційної економіки та посилення ролі інформаційних технологій.

Ефективне надання туристичних послуг вимагає постійної комунікації між компанією та постачальниками і продавцями послуг. Оперативна співпраця з партнерами, своєчасна та достовірна інформація про наявність вільних місць у готелях та транспортних засобах, а також можливість своєчасного бронювання забезпечується завдяки використанню Інтернет — ресурсів.

В даний час цифрові технології активно впроваджуються в туристичну інфраструктуру. Price wate rhouse Coopers провела опитування міст по всьому світу, які готові впроваджувати технології майбутнього, і оцінила, чи готова їх інфраструктура. Сінгапур (готові 62%), Лондон (59%), Шанхай (55%) і Нью – Йорк (53%) є найбільшими містами світу з точки зору готовності до впровадження цифрових технологій майбутнього, рівень цифровізації в культурі і туризмі підвищився, завдяки багатофункціональних кіосків і розумних станцій на вулиці, мобільні додатки для відвідувачів і багато іншого. Віно будуть оцінюватися за допомогою додатків, використання інноваційних технологій в аеропортах і музеях. Барселона, Сінгапур і Шанхай очолюють список.

У сучасному світі Інтернет став невід'ємною частиною життя, і туристичні підприємства повинні використовувати його потенціал для привертання нових клієнтів. Зростання числа людей, які користуються Інтернетом, прямо впливає на розвиток глобального туризму. Сьогодні всі верстви населення мають доступ до Інтернету і використовують його, щоб знайти інформацію про туристичні послуги та забронювати подорожі.

Інформатизація туризму дозволяє туристам отримувати широкий доступ до інформації про різні туристичні об'єкти, маршрути, готелі, ресторани та інші послуги. Туристи можуть швидко знайти необхідну інформацію, порівняти ціни та відгуки інших користувачів, забронювати та оплатити послуги онлайн.

У той же час, для туристичних компаній та постачальників послуг інформатизація стала важливим інструментом для просування та продажу своїх послуг. Вони можуть створювати і розміщувати свої оголошення та пропозиції на спеціалізованих туристичних порталах, використовувати соціальні медіа для привертання уваги клієнтів, а також вести електронну комунікацію зі своїми клієнтами. Крім того, інформатизація дозволяє

туристам ділитися своїм досвідом та враженнями від подорожей, публікувати фотографії та відео, писати відгуки про готелі, ресторани та інші об'єкти.

Це стає основним способом поведінки для користувачів у соціальних мережах, яка поступово призводить до розширення тематики компаній і брендів, створення та розвитку груп і спільнот.

Сучасна індустрія туризму є найбільш інформаційно насиченою, тому використання інтернет-ресурсів суттєво впливає на ефективність послуг, що надаються туристичними компаніями. Споживачі хочуть інформації, оскільки вона є основною рушійною силою в процесі продажу. Саме інформація стимулює формування споживчого попиту на туристичні послуги. Процес купівлі-продажу залежить від швидкості та актуальності наданої інформації. Використовуючи онлайн – ресурси, покупці мають можливість дізнатися не тільки про наявність тих чи інших туристичних послуг, а й про їх особливості, місця і цінах на продаж, відгуках інших покупців про виробників і послуги. В результаті використання інтернет – ресурсів в діяльності туристичних підприємств не тільки підвищує ефективність надання туристичних послуг, а й сприяє підвищенню загальної ефективності діяльності підприємства в цілому.

За даними Світової організації торгівлі, Інтернет революціонізує використання та продаж туристичної інформації. Вітчизняні науковці в галузі туризму вважають, що в міру того, як все більше користувачів Інтернету купують туристичні продукти онлайн, туристична індустрія займатиме все більшу частку ринку електронної комерції.

За останні роки сучасний туризм зазнав дуже серйозних змін у зв'язку з розвитком і впровадженням нових інформаційних систем і технологій у сфері туризму. Успішне функціонування будь — якої компанії на ринку туристичного бізнесу практично неможливо уявити без використання сучасних інформаційних технологій. Особливості формування та реалізації туристичного продукту вимагають, щоб такі інформаційні системи могли надавати інформацію про наявність транспортних засобів, мали можливість розміщення туристів у найкоротші терміни, забезпечувати швидке бронювання та резервування місць, виписувати квитки, рахунки, надавати розрахунково-довідкова інформація тощо. Крім того, інформаційні технології є необхідним атрибутом для забезпечення якості та безпеки послуг, що надаються туристам, оскільки кінцеві користувачі пред'являють досить високі вимоги до інформаційного забезпечення одержуваних послуг, особливо постійного та надійного доступу до мережі Інтернет, доступності інформації, урізноманітнення мобільних додатків для подорожей тощо. Цього можна досягти завдяки широкому використанню сучасних комп'ютерних технологій для обробки та передачі інформації в туризмі [2].

Список використаних джерел:

1. Вплив цифровізації на розвиток туристичної індустрії. URL: https://tourlib.net/statti_ukr/sadova.htm?ysclid=lp1ejssfl6647570526 (дата звернення 16.11.2023).

2. Вплив інтернет ресурсів на надання послуг туристичними підприємствами. URL: <https://naukam.triada.in.ua/index.php/konferentsiji/55-dvadtsyat-p-yata-vseukrajinska-praktichno-piznavalna-internet-konferentsiya/632-vpliv-internet-resursiv-na-nadannya-poslug-turistichnimi-pidpriemstvami> (дата звернення 17.11.2023).
3. Джинджоян В. В., Тесленко Т. В., Горб К. М. Інноваційні технології в туризмі та гостинності : навчальний посібник. Дніпро: ДГУ, 2022. 348 с.

Корж Владислава Євгенівна

здобувач вищої освіти
першого (бакалаврського) рівня вищої освіти
Дніпровського гуманітарного університету

Науковий керівник

Лисенко Олена Вікторівна

кандидат економічних наук,
доцент кафедри туристичного та
готельно-ресторанного бізнесу
Дніпровського гуманітарного університету

БІЗНЕС-ГОТЕЛІ ЯК ТРЕНД СУЧАСНОСТІ

Кожен готель має свою організацію структури управління. Ця структура управління залежить від призначення готелю, від місця, де цей готель знаходиться. Зрозуміло, що організаційна структура пляжного готелю та готелю на гірськолижному курорті будуть відрізнятися. Також буде різною специфіка обслуговування подорожуючих. Загальним для готелів різних типів є наявність та перелік основних служб. До них відносяться [1]:

- служба прийому та розміщення подорожуючих;
- служба управління номерним фондом;
- адміністративна служба;
- служба харчування;
- комерційна служба;
- технічна служба;
- допоміжні служби;
- додаткові служби.

У готелях високої категорії кількість служб забезпечення більша, і кожна служба має вузькі та специфічні функції:

- Рецепція (служба прийому та розміщення подорожуючих). В її функції входить прийом, реєстрація, розміщення подорожуючих, розрахунки з клієнтами, бронювання місць в готелі і організація виїзду.
- Служба управління номерним фондом вирішує завдання бронювання номерів, прийому і реєстрації туристів, розміщення