

Софія ОЛЕШКО
ЗВО спеціальності 073 «Менеджмент»
Державний торговельно-економічний університет
Людмила БОВШ
канд. екон.наук, доцент,
доцент кафедри готельно-ресторанного бізнесу,
Державний торговельно-економічний університет
м.Київ, Україна

ЦИФРОВІ ІННОВАЦІЇ В СФЕРІ ТУРИЗМУ ТА ГОСТИННОСТІ

Цифрова трансформація, що охопила суспільні та бізнес-комунікації, змінила сутність сервісології. Проте константою лишається ціннісна орієнтація на формування вражень. Відрядження, сімейний відпочинок, пізнавальна подорож тощо, має за мету отримання позитивних емоцій [2]. Спираючись на сучасні підходи з організації туристичного продукту, формуються нові концептуальні рішення щодо цифрового циклу подорожі (рис. 1).

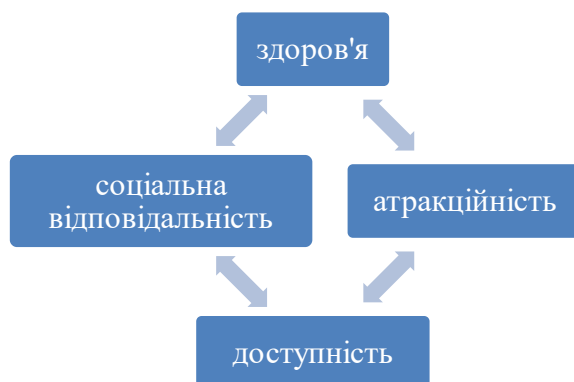


Рис. 1. Сервісний чотирикутник цифрової гостинності й туризму

Джерело: власна розробка

Вплив цифрових технологій на усвідомлення споживачами цінності здоров'я, здорового способу життя здійснюється шляхом просування в онлайн-комунікативному середовищі контенту про можливості медичного, оздоровчого туризму, ретривів та рекреаційних потенціалів певних туристичних дестинацій. Доступність, як імператив сучасної гостинності й туризму, спрямована на врахування потреб людей з обмеженими можливостями та особливими потребами. Доступність сервісів та інфраструктури закладів передбачає

інформаційний контент для людей з вадами зору, слуху; адаптовані номери, санітарні кімнати, підйомники для осіб з інвалідністю та інші заходи. Соціальна відповідальність суб'єктів гостинності й туризму полягає в імплементації у сервісні цикли підходу «зеленого туризму». Атракційність цифрового туризму й гостинності, у свою чергу, полягає у формуванні цифрових пропозицій подорожей та відпочинку завдяки використанню наступних технологій [1; 2]:

- віртуальної (VR) та розширеної (AR) реальності;
- мобільних додатків та онлайн-платформ;
- роботів та коботів для автоматизації бізнес-процесів (роботи-консьєржі, офіціанти, кухарі), створення додаткових комунікативних процесів тощо;
- застосування технологій, які сприяють безбар'єрності та інклюзивності послуг: від кіосків самореєстрації до спеціального оснащення гостьового простору;
- впровадження систем штучного інтелекту для персоналізованої підтримки та моніторингу надання послуг гостинності й туризму;
- використання адаптивних технологій інтерфейсів для полегшення доступу до інформації, бронювання місць у закладах гостинності та послуг, в тому числі для людей з різними видами обмежень;
- використання цифрових комунікативних платформ для якісного інформування та організації послуг гостинності і туризму, отримання фідбеку про якість та задоволеність споживачів.

На онові вищезазначеного, формується модель цифрового туризму, дослідження якої є перспективною метою подальших наукових досліджень.

Список використаних джерел :

1. Skiba, I., & Züger, R. (2020). Basics Barrier-free Planning. <https://doi.org/10.1515/9783035621938>
2. Bovsh, L. Hopkalo L, Rasulova A. (2023). [Digital Relationship Marketing Strategies of Medical Tourism Entities](#) *Integrating Digital Health Strategies for Effective Administration*. Chapter 8. – pp. 133-150. DOI: 10.4018/978-1-6684-8337-4.