

Список використаних джерел

1. The future of travel & tourism in the wake of Covid-19. URL: <https://wtcc.org/Research/Insights> (дата звернення: 05.02.2021)
2. Війна з росією: кожен шостий українець став переселенцем. URL: <https://www.slovoidilo.ua/2022/04/21/novyna/suspilstvo/vijna-rosiyeyu-kozhen-shostyj-ukrayinecz-stav-pereselencem>

УДК 338.483.1

КРЕАТИВНІ ТЕХНОЛОГІЇ РОЗВИТКУ ІНДУСТРІЇ ГОСТИННОСТІ В ПЕРІОД ВІЙНИ

О.М. Полінкевич, доктор економічних наук, професор, професор
кафедри туризму та готельно-ресторанної справи
Луцький національний технічний університет

Ключові слова: креативні технології, індустрія гостинності, військовий період, блокчейн, гість.

В сучасних умовах важливе значення набувають сучасні форми організації індустрії гостинності. Вони сприяють розвитку цього сектору економіки, забезпечують конкурентоспроможність та фінансову стійкість.

Креативні технології стають поширеними у всіх сферах діяльності підприємств індустрії гостинності, особливо у військовий період. Індустрія гостинності є сферою, де задовільняються потреби клієнтів у послугах, які пов'язані із відпочинком та організацією відпочинку.

Основними креативними технологіями, які в період війни активно використовуються на підприємствах індустрії гостинності є:

- 1) технології управління: аутсорсинг послуг, рекламні технології;
- 2) технології обслуговування: голосові помічники, біометрія, блокчейн;
- 3) технології інформаційні: штучний інтелект, хмарні технології, аналіз касових операцій, SaaS.

Поведінка гостя змінюється під впливом війни. Гість став більш вимогливим, прискіпливим та нетерплячим. Вони активно пишуть відгуки. За них прагнуть отримати знижки, подарунки. Більшість гостей ухвалює рішення на підставі інформації у соціальних мережах. Головне тут мобільність, яку можна отримати при всьому спектрі отримання послуг в індустрії гостинності. В період війни особливого значення набуває безпека та технології, які її забезпечують.

Таким чином, під впливом зміни уподобань гостей змінюються технології розвитку готельно-ресторанного бізнесу, приділяється увага безпеці та комфортним умовам перебування відвідувачів з мінімізацією фізичних контактів.

Список використаних джерел

1. Рибальченко Н.П., Намлієва Н.В., Гарбар Г.А. Розвиток сучасних технологій індустрії гостинності в умовах цифровізації економіки. Державне управління: удосконалення та розвиток. 2022. № 2. DOI: 10.32702/2307-2156-2022.2.30.
2. Полінкевич О.М., Камінські Р., Ліпич Л.Г. Концепція управління маркетинговими стратегія підприємств індустрії гостинності. Вісник Львівського університету. Серія економічна. 2021. Вип. 60. С. 110–118. DOI: <http://dx.doi.org/10.30970/ves.2021.60.0.6010>
3. Полінкевич О.М. Трансформація індустрії гостинності в період пандемії COVID-19. Вісник Львівського університету. Серія економічна. 2020. Вип. 59. С. 110–118. DOI: <http://dx.doi.org/10.30970/ves.2020.59.0.5911>

УДК796.5-001.895.004.9

ВПЛИВ ДІДЖИТАЛІЗАЦІЇ НА ТУРИЗМ

Н.П.Борецька, доктор економічних наук, професор

П.В.Яковенко, аспірант

Київський національний університет технологій та дизайну

Ключові слова: діджиталізація, інформаційні та цифрові технології, електронний туризм.

Діджиталізація в сучасному світі виступає як якісно новий тип інформаційних та телекомунікаційних технологій, що використовують підприємства, та докорінно змінює бізнес-процеси. Відповідно, компанії, які впровадили сучасні інформаційні технології, володіють потужним потенціалом, що надає під час його реалізації шанс на досягнення лідируючих позицій на ринку товарів та послуг.[1]

Розвиток інформаційних та цифрових технологій змінив світову туристичну індустрію, відкривши нові перспективи для сталого зростання за рахунок підвищення долі індивідуальних турів в діяльності підприємств та можливості забезпечити якісний сервіс обслуговування. Це призвело до зростання попиту, який став ґрунтуватись на більш гнучких, індивідуальних варіантах та технологіях обслуговування.

Завдяки новим технологіям виникли нові типи взаємодії (соціальні мережі), де люди діляться своїми враженнями, коментують якість турів. Згідно звіту пошукової системи Google, у 2018 р. інтернет був основним джерелом інформації для туристів (близько 84%) під час планування відпустки. Така перевага обумовлена тим, що інтернет значно полегшує пошук інформації. При зверненні туристів в онлайн-турагенство 47% з них вже точно знають, куди вони поїдуть і які послуги оберуть [2]

Діджиталізація спрощує відносини між клієнтами, керівниками, центрами відповідальності в ланцюжках поставок, поєднуючи