
РОЗВИТОК ТУРИСТИЧНОГО БІЗНЕСУ В ПЕРІОД ПАНДЕМІЇ



I. П. КУДИНОВА, к.е.н., доцент кафедри туристичного та готельно-ресторанного бізнесу і консалтингу
Національний університет біоресурсів і
природокористування України
ORCID 0000-0002-1324-3840
E-mail: ikudinova@nubip.edu.ua



I. Г. КРАСЮК, студентка 3 курсу 1 групи
спеціальності «Туризм»
Національний університет біоресурсів і
природокористування України
ORCID 0000-0002-1324-3840
E-mail: nikanya.nika@gmail.com

Анотація. Дослідження розвитку туристичного бізнесу в період пандемії сьогодні є актуальною проблемою. Епоха пандемії дала нам новий набір пріоритетів. Ми потребуємо передових, але простих у використанні інноваційних технологій зараз більше, ніж будь-коли раніше. Інноваційний підхід у туристичному бізнесі може зводитися до використання не лише прогресивних інформаційних технологій і випуску нових послуг, але й цілого комплексу нововведень, що зачіпають усі сфери в області управління (управління якістю, фінансами, персоналом і так далі). Водночас найбільш ефективною інноваційна політика підприємства буде в разі одночасного впровадження різних типів інновацій. У статті узагальнено та систематизовано сучасні інноваційні технології, які застосовуються в туристичному бізнесі під час пандемії для підвищення конкурентоздатності галузі. Вказано, що саме інноваційні технології є найважливішою частиною індустрії туризму і подорожей, допомагаючи бізнесу в повсякденній роботі, а також покращуючи якість обслуговування клієнтів. Розглянуто технологічні досягнення, які в даний час залишають свій слід у галузі і, згідно з різними дослідженнями, призведуть до значних короткострокових змін у технологічних тенденціях на 2021 рік. Указано, що під час пандемії, спричиненої COVID-19, саме туризм постраждав найбільше, зокрема через обмежувальні заходи, які запроваджують держави на пересування громадян, карантин, заборону авіаперевезень тощо. Наголошено, що розвиток інноваційних технологій виступає найважливішою умовою забезпечення ефективного та прибуткового господарювання туристичної сфери під час пандемії. Для того, щоби протистояти сьогодишнім викликам туристичному бізнесу потрібно впроваджувати креативні ідеї для мінімізації своїх втрат, що можливо саме завдяки інноваційним технологіям.

Ключові слова: пандемія, туризм, бізнес, інноваційні технології.

Актуальність.

В умовах світової кризи та пандемії, пов'язаної з поширенням вірусу COVID-19, конкурентна боротьба за споживача туристичного продукту стає ще більш жорсткою, що так само спонукає суб'єктів галузі переглянути підходи та інструменти щодо якості й наповненості своїх туристичних послуг, знаходити нові дієві форми та способи зацікавленості туриста в інноваційній, сучасній, конкурентоспроможній та такій, що відповідає вимогам сьогодення цього дня туристичній послугі.

З кількома місяцями запровадження жорсткого карантину для більшості з нас у всьому світі, усе починає перебудовуватися. Для туристів та професіоналів туризму ця криза зробила і продовжує чинити небувалий вплив на наше повсякденне життя, образ думок і дій, бізнес та спосіб організації щоденних справ. З огляду на безпрецедентні масштаби кризи і її стрімку еволюцію, усе ще важко оцінити реальний і остаточний вплив COVID-19, але ми вже можемо прийняти до відома певні реалії, наслідки та рішення.

Аналіз останніх досліджень та публікацій.

Питання розвитку туристичного бізнесу не є новими та досліджуються багатьма вченими й науковцями. Проте зміни у світовій економіці, спричинені пандемією, потребують якісно нових досліджень у туристичній галузі.

Мета дослідження – узагальнити та систематизувати інноваційні технології, які використовуються в туристичному бізнесі під час пандемії для підвищення конкурентоспроможності галузі.

Матеріали і методи.

Методологічною та інформаційною основою роботи є наукові праці вітчизняних та зарубіжних вчених щодо розвитку туристичної індустрії, статистичні дані Державної служби статистики України та всесвітньої туристичної організації. В основу реалізації визначеної мети покладено системний підхід до досліджуваних проблем та використані різноманітні загальнонаукові та спеціальні методи дослідження.

Результати дослідження та їх обговорення.

COVID-19 як нове явище паралізував світову економіку в безпрецедентних масштабах на початку 2020 року. Найбільш сприйнятливими до кризи є суб'єкти туристичного сектору. Всесвітня туристична організація (UNWTO) прогнозує, що світова туристична система у 2020 році зазнає кризового падіння обсягів діяльності до 70 %. Так, лише в II кварталі 2020 року обсяги діяльності туристичних компаній зменшилися на 84 %, галузі авіаперевезень – на 76 %, готелів та ресторанів – на 68 %, сфери відпочинку та розваг – на 43 відсотка.

В Україні сьогодні спостерігається значне відставання в темпах впровадження заходів на підтримку туристичного сектора, що ставить під серйозну загрозу конкурентоспроможність галузі на глобальному ринку впродовж прогнозованого періоду відновлення впродовж 2021 року.

ООН офіційно дали інформацію щодо втрат, які зазнала туристична галузь від COVID 19 у 2020 році, ця цифра вражаюча – 730 млрд доларів.

Головною ціллю розвитку туристичної індустрії в умовах пандемії – це якраз знайти свою вже нову цільову аудиторію. Адже момент ізоляції спричинив у переважної більшості активних туристів відчуття емоційного голоду, який абсолютно точно дає саме туризм. Об'єктивно, туризм як в Україні поки ще не може змагатися за споживача з відпочинком у Туреччині чи Єгипті, які, до речі, і сьогодні готові приймати вибагливого туриста за умови збільшення цінової політики на свої послуги. Проте саме пандемія дала шанс багатьом перспективним стартаперам заявити про себе, а саме звернути увагу на внутрішній сімейний туризм. Пандемія – це час для фандрейзингу та краудфандингу, тобто реалізації нового продукту на партнерських принципах із використанням сучасних інноваційних технологій.

Технології є найважливішою частиною індустрії туризму й подорожей, допомагаючи бізнесу в повсякденній роботі, а також покращуючи якість обслуговування клієнтів. З цієї причини важливо, щоби готелі, авіакомпанії, ресторани та інші компанії йшли в ногу з останніми технологічними тенденціями в туристичній індустрії. Це особливо важливо в епоху COVID, коли очікування клієнтів змінюються (табл 1).

Далі ми розглянемо деякі технологічні досягнення, які в даний час залишають свій слід у галузі і, згідно з різними дослідженнями, призведуть до значних короткострокових змін у технологічних тенденціях на 2021 рік.

Смартфони, розумні динаміки й помічники штучного інтелекту – все це допомогло підвищити актуальність голосового пошуку в тому, що стосується технологічних тенденцій в індустрії подорожей. Зокрема, усе більше клієнтів туристичних компаній використо-

вують голосовий пошук для пошуку та бронювання авіаквитків, готельних номерів і подорожей. Тому вкрай важливо розробляти свій веб-сайт з урахуванням голосового пошуку, щоби ви могли отримати вигоду з цієї тенденції.

Крім того, голосове управління також відіграє все більшу роль у реальних подорожах. У готельних номерах пристрої з голосовим управлінням можуть використовуватися для управління освітленням і опаленням всередині номерів або для отримання туристичної інформації без необхідності говорити з ким-небудь із персоналу. Це, ймовірно, буде і далі розширюватися і в інших галузях промисловості.

Робототехніка – це одна з найбільш захоплюючих форм технології подорожей, і вона постійно вдосконалюється. У готелях, наприклад, роботи використовувалися в ролі консьєржів, допомагаючи зустрічати гостей, коли вони прибувають, і надавати інформацію. Деякі готелі розширили своє використання ще більше, залучаючи їх у прибирання та обробку багажу.

У ресторанах роботи потенційно можуть відігравати певну роль у приготуванні їжі й обслуговуванні громадського харчування. В аеропортах вони можуть бути використані для виявлення прихованої зброї, у той час як деякі виробники також використовують робототехніку для створення валіз, які в розумних межах слідують за вами. Крім того, туристичні агенти використовують роботів для попереднього відбору, що робить час очікування більш продуктивним для клієнтів.

Як і в багатьох інших технологічних тенденціях в індустрії подорожей, використання роботів насправді збільшилася у відповідь на COVID, особливо тому, що вони потенційно можуть зменшити контакт людини з людиною.

1. Технології які використовують в туризмі та їх значення

Технології	Опис
Краудфандинг	це співпраця людей, які добровільно об'єднують свої гроші чи інші ресурси разом, як правило через інтернет, аби підтримати зусилля інших людей або організацій.
Фандрейзинг	процес залучення грошових коштів та інших ресурсів, які організація не може забезпечити самостійно, та які є необхідними для реалізації певного проєкту або своєї діяльності в цілому.
Direct-mail	Пряме поштове розсилання включає поштове розсилання листів, рекламних матеріалів, зразків товарів, буклетів і інших «крилатих продавців» потенційним покупцям по адресах зі списків розсилання.
CRS	це інформаційний стандарт автоматичного обміну інформацією щодо фінансових рахунків на глобальному рівні між податковими органами, який розробила Організація економічного співробітництва та розвитку у 2014 році. Її мета - боротьба з ухиленням від сплати податків.
QR code	матричний код, розроблений і представлений японською комп. «Denso-Wave» в 1994 році. Основна перевага QR-коду це легке розпізнавання сканувальним обладнанням, що допомагає використанню в торгівлі, на виробництві, в логістиці.
RFID-відмітки	Радіочастотне розпізнавання здійснюється за допомогою закріплених за об'єктом спеціальних міток, що несуть ідентифікаційну та іншу інформацію. Цей метод вже став основою побудови сучасних безконтактних інформаційних систем, і має стійку назву RFID-технології.
VR	різновид реальності в формі тотожності матеріального й ідеального, що створюється та існує завдяки іншій реальності. У вужчому розумінні — ілюзія дійсності, створювана за допомогою комп'ютерних систем, які забезпечують зорові, звукові та інші відчуття.
AI	розділ комп'ютерної лінгвістики та інформатики, що опікується формалізацією проблем та завдань, які подібні до дій, що виконує людина. Штучний інтелект — здатність інженерної системи здобувати, обробляти та застосовувати знання та вміння.
IoT	концепція мережі, що складається із взаємозв'язаних фізичних пристроїв, які мають вбудовані датчики, а також програмне забезпечення, що дозволяє здійснювати передачу і обмін даними між фізичним світом і комп'ютерними системами в автоматичному режимі, за допомогою використання стандартних протоколів зв'язку.

*Розроблено авторами на основі джерела [5]

Ще одна важлива форма технології подорожей - це можливість приймати безконтактні платежі. Це дасть можливість туристичним компаніям набагато швидше обробляти платежі, у тому числі в ситуаціях, коли клієнти не мають доступу до готівки, а також до своїх кредитних або дебетових карток. Це також може поліпшити якість обслуговування клієнтів, тому що це економить час.

Доступність безконтактних платежів починалася як зручність, але вона стала ключовою частиною туристичного маркетингу після пандемії COVID. Оскільки мандрівники нервують через поширення вірусу, багато неохоче звертаються з готівкою. Використання безконтактних платежів у максимально можливій мірі також може захистити ваш власний персонал.

Віртуальна реальність була новою технологією в низці різних секторів, але її роль в індустрії туризму особливо значна. Зрештою, це дає мандрівникам можливість випробувати далекі місця, не виходячи з власного будинку, і може бути різницею в тому, завершать вони в кінцевому підсумку бронювання.

Використовуючи VR-тури, клієнти можуть випробувати все: від віртуальних турів готелями і ресторанами до пам'яток, національних парків або, навіть, конкретних заходів. Інтерактивність і занурення також можуть допомогти вам отримати конкурентну перевагу перед конкурентами, які ще не використовують ці види технологічних тенденцій повною мірою. Більшість VR-турів або 360-турів тепер сумісні з основними веб-браузерами й можуть допомогти тим, хто не хоче подорожувати через COVID, чіткіше побачити переваги.

Епоха пандемії дала нам новий набір пріоритетів. Ми потребуємо передових, але простих у використанні інноваційних технологій зараз більше, ніж будь-коли раніше.

Висновки і перспективи подальших досліджень.

Розвиток технологій виступає найважливішою умовою забезпечення ефективного та прибуткового господарювання туристичної сфери під час пандемії. Саме ця категорія визначає спроможність туристичних підприємств функціонувати не лише в поточних фінансово-

кономічних та політичних умовах, а й в умовах фінансово-економічної кризи.

Перспективи подальших досліджень полягають у пошуку інноваційних шляхів розвитку туристичної індустрії, зокрема поліпшення сервісу у сфері гостинності та посилення інформаційної компанії саме в мережі інтернет.

References:

1. Business Magazine (2020), "Coronavirus will cause \$ 2.1 trillion in damage to world tourism—research", [Online], available at: <https://business.ua/news/9513-koronavirus-zavdast-svitovomu-turizmu-2-1-trln-zbitkivdoslidzhennya> (Accessed June 26, 2020).
2. WTTC (2020), "Safe Travels: Global Protocols & Stamp for the New Normal", available at: <https://wtcc.org/COVID-19/Safe-Travels-Global-Protocols-Stamp> (Accessed June 26, 2020).
3. Tourism Economics (2020), "Global Travel: Data, Models, and Intelligence", available at: <https://www.tourismeconomics.com/> (Accessed June 26, 2020).
4. U.S. Travel Association (2020), "COVID-19 Travel Industry Research", available at: <https://www.ustravel.org/toolkit/covid-19-travel-industry>.
5. UN WTO (2020), "International tourist arrivals could fall by 20-30% in 2020", available at: <https://www.unwto.org/news/international-tourism-arrivals-could-fall-in-2020> (Accessed June 26, 2020).
6. Romanova, A. (2020), "Tourism after quarantine: how the pandemic affected the industry and changed it", *Dyvys.info*, [Online], available at: <https://dyvys.info/2020/05/14/turyzm-pislya-karantynu-yak-pandemiya-vplynula-nagaluz-i-zminyly-yiyi/> (Accessed June 26, 2020).

I. Kudinova. I. Krasuk (2020). DEVELOPMENT OF TOURISM BUSINESS DURING THE PANDEMIC. БІОЕКОНОМІКА ТА АГРАРНИЙ БІЗНЕС, 11(4): 84-89. <http://doi.org//10.31548/bioeconomy2020.04.005>

Abstract. *Research on the development of the tourism business during the pandemic is an urgent problem today. The pandemic era has given us a new set of priorities. We need more advanced but easy-to-use innovative technologies now than ever before. An innovative approach in the tourism business can be reduced to the use not only of advanced information technology and the release of new services, but also a range of innovations that affect all areas of management (quality management, finance, personnel, etc.). In this case, the most effective innovation policy of the enterprise will be in the case of simultaneous implementation of different types of innovations. The article summarizes and systematizes modern innovative technologies used in the tourism business during a pandemic to increase the competitiveness of the industry. It is stated that innovative technologies are the most important part of the tourism and travel industry, helping businesses in their daily work, as well as improving the quality of customer service. Technological advances that currently leave their mark in the industry and, according to various studies, will lead to significant short-term changes in technological trends for 2021 are considered. It is stated that during the pandemic caused by COVID-19, it was tourism that suffered the most, in particular due to restrictive measures imposed by states on the movement of citizens, quarantine, air travel bans and more. It is emphasized that the development of innovative technologies is the most important condition for ensuring efficient and profitable management of the tourism sector during a pandemic. In order to meet today's challenges, the tourism business needs to implement creative ideas to minimize their losses, which is possible thanks to innovative technologies.*

Keywords: *pandemic, tourism, business, innovative technologies*
