

НАЦІОНАЛЬНА ЕКОНОМІКА

УДК 338.488.2:640.4]:004.946

DOI: <https://doi.org/10.32782/2415-8801/2020-5.2>**Бабіна Н.І.***старший викладач кафедри менеджменту та адміністрування,
Бердянський державний педагогічний університет***Леміш К.М.***кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри менеджменту та адміністрування,
Бердянський державний педагогічний університет***Токаренко О.І.***кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри менеджменту та адміністрування,
Бердянський державний педагогічний університет***ВІРТУАЛІЗАЦІЯ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ
ТУРИСТИЧНОЇ ТА ГОТЕЛЬНОЇ СФЕРИ**

У статті дано аналіз напрямів використання інноваційних цифрових технологій у міжнародному туризмі та готельній індустрії, процесів формування переваг та визначення рекомендацій щодо маркетингу віртуалізації продуктів та процесів з урахуванням специфічних рис туристичних послуг. Технології віртуалізації відкривають широкі можливості для маркетологів при визначенні способів доведення інформації про туристичний продукт до споживачів, є ефективним засобом, що допомагає потенційним споживачам не лише побачити послугу, а й ознайомитися з об'єктивними відгуками користувачів даних послуг. «Умовне зародження» - так визначено стадію життєвого циклу розвитку технологій віртуалізації та цифровізації в міжнародному туризмі та готельній індустрії, які виступають головними інструментами реалізації стратегічних напрямків Стратегії розвитку туризму та курортів на період до 2026 року та основою інноваційного розвитку виробничо-економічних систем в цілому.

Ключові слова: цифрові технології, цифровізація, віртуалізація, міжнародний туризм, готельна індустрія.

**VIRTUALIZATION OF ACTIVITY OF THE ENTERPRISES
OF TOURISM AND HOTEL INDUSTRY****Babina Natalia, Lemish Kateryna, Tokarenko Olena***Berdyansk State Pedagogical University*

The article is devoted to research and analysis of the use of innovative digital technologies in the international tourism and hotel industry, the processes of forming benefits and determining recommendations for marketing virtualization of products and processes taking into account the specific features of tourism services. Virtualization technology opens wide opportunities for marketers in determining ways to bring information about the tourist product to consumers, this is an effective tool that helps potential consumers not only to see the service, but also to get objective feedback from users of these services. The generalization of modern domestic and foreign experience in the promotion of tourism, hotel services has identified the main virtual technologies used in the hotel industry, such as virtual tours, virtual interfaces of booking systems, search and booking of travel, etc. "Conditional origin" - this is the stage of the life cycle, which is the use of virtualization and digitalization technologies in international tourism and hotel industry and which is characterized by certain trends. Among the main ones are the creation of an appropriate wi-fi infrastructure and ensuring its accessibility for consumers and employees, the introduction of new generation wireless technologies, the spread of the influence of social media, the introduction of convertible local networks, etc. A number of advantages associated with the spread and development of digitalization and virtualization in the hotel and tourism enterprises is emphasized. Digitalization and virtualization are considered as the main tools for implementing the strategic directions of the Strategy for the development of tourism and resorts for the period up to 2026 and as a basis for innovative development of industrial and economic systems in general as well as one of the most important factors in economic growth and the formation of a new quality of life. Among the many advantages of digitalization there can be identified multiplier effects when the single information space includes all participants in the production chain; saving time, increasing competitiveness.

Keywords: digital technologies, digitalization, virtualization, international tourism, hotel industry.

Постановка проблеми. Цифрові інновації та технологічні новинки є двигунами розвитку і демонструють свій вплив усюди, особливо у галузі виробництва, ІКТ та сфері послуг [1]. З огляду на той факт, що міжнародний туризм та готельна індустрія базується на співпраці широкого спектру послуг та продуктів, переваги цифрової революції цілком очевидні на сьогодні та є актуальними й вимагають наукового подальшого вивчення. Такі дослідження потрібні для обґрунтування стратегії і тактики розвитку туризму та готельної індустрії в умовах цифрової трансформації на національному рівні і на рівні турдестинацій.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Серед вітчизняних учених можна виокремити В. Апалькову, Г. Чмерук, В. Бодрова, С. Волосович, В. Плескач, О.Пищуліна [1], Е. Шомахія [2], у роботах яких досліджено процеси цифровізації економіки, перспективних галузей економіки та підприємств. Цифрові технології як основу та рушійну силу розвитку сучасної глобальної економіки було досліджено у праці Ю.Вдовиченко. Становлення віртуального туризму та нові віяння досліджували Л. Божко, Є. Борисов, О. Сущенко, Н. Садова.

Враховуючи обмеженість вітчизняних практичних розробок з цього питання, а також різний ступінь впливу цифрових технологій на розвиток туристичних та готельних підприємств, тема потребує подальшого розгляду, що і визначає актуальність даної роботи.

Постановка завдання. Метою дослідження є аналіз напрямків використання інноваційних цифрових технологій у міжнародному туризмі та готельній індустрії, формування переваг та рекомендацій щодо маркетингу віртуалізації продуктів та процесів.

Викладення основного матеріалу дослідження. Відомо, що туристичним послугам властиві особливі риси: невідчутність, нематеріальність, неможливість побачити та оцінити в момент купівлі, неможливість збереження, бо життєвий цикл турпослуги відрізняється від матеріального товару.

Технологія віртуальної реальності зазвичай передбачає використання гарнітури, яка допомагає занурити користувача туристичного продукту в цифрове середовище. Використовуючи зображення, звуки та інші фізичні відчуття, користувач, по суті, переміщається у віртуальний світ, по якому він може пересуватися і, в деяких випадках, взаємодіяти іншими способами.

Віртуалізація має багаторічну історію, останнім часом вона вийшла на перший план серед основних споживчих технологій, завдяки потужним гарнітурам, що виробляються на зразок Samsung та Sony, а також дешевим варіантам, подібним Google. Використання включає ігри, перегляд інтерактивних відео, перегляд зображень на 360 градусів тощо.

Незважаючи на те, що багато додатків віртуальної реальності зосереджуються навколо розваг, маркетингологи також використовують цю технологію. Наприклад, віртуальні гарнітури можуть дозволяти маркетингологам виходити за рамки надання основних зображень, дозволяючи користувачам реально «відчувати» продукт, який вони продають. Крім того, багато підприємств експериментують із інтерфейсами для користувачів на основі віртуальної реальності, замінюючи традиційні комп'ютерні чи мобільні інтерфейси. Компанії, що працюють в туристичній індустрії, особливо швидко сприйняли технологію віртуалізації.

Пояснюється це тим, що потенційні споживачі турпродукту прагнуть скоріше надбати досвід, а не продукти, а віртуалізація пропонує маркетингологам ефективний спосіб відчувати, що вони можуть очікувати. Споживачам туристичних подорожей зазвичай потрібно багато інформації, перш ніж забронювати номер в готелі. Наприклад, це може захоплювати майбутнього споживача читати описи, переглядати зображення, переглядати відео, читати відгуки клієнтів або шукати відгуки в соціальних мережах. Завдяки розумному використанню віртуальної реальності цей процес можна значно скоротити.

Відомо, що одне із важливих питань, що постає перед готельєрами, є впровадження найбільш ефективних методів просування готельного номерного фонду. Оскільки споживачі зараз сильно покладаються на цифровий домен, це не дивно, що Інтернет є незамінним інструментом.

У табл.1 наведено основні віртуальні технології, що використовуються в готельній та туристичній індустрії.

В ході дослідження встановлено, що багато готелів та туристичних компаній надають елементи віртуалізації на своїх веб-сайтах або в додатках, що дозволяє користувачам відчувати цифрову версію готельного номера або навіть «відвідати» одну з розташованих поруч видатних пам'яток. Це занурення дозволяє «оцінити» готельний номер чи тур перед покупкою. Використання технології віртуалізації в міжнародному туризмі та готельній індустрії ще знаходиться в умовному зародженні, проте все більше компаній експериментують із гарнітурами віртуальної реальності та знаходять для них практичне використання.

Останні тенденції цифровізації готельної індустрії, які визначили експерти Aureson, наведені в табл. 2 [4].

Цифровізація та віртуалізація діяльності підприємств готельної та туристичної сфери дозволяють забезпечити ряд переваг.

1. Заощадження часу. Технічно кажучи, віртуальна реальність – це 3D-комп'ютерне середовище, схоже на реальний світ, яке може поєднувати відео, зображення та фотографії місця призначення, які рекламуються, разом із функцією бронювання, дозволяючи користувачеві отримати всю необхідну інформацію одразу.

2. Можливість бути попереду конкурентів. Щоб залучити відвідувачів до веб-сайту та збільшити продажі чи бронювання, треба надати користувачам Інтернету неперевершений доступ до VR-відео, не спонукаючи їх покинути сторінку веб-сайту. Потрібно довше затримувати потенційних клієнтів на домашній сторінці, дозволяючи їм «взаємодіяти» з послугами. Слід створити довіру до своєї аудиторії. Відео з віртуальною реальністю дозволять бізнесу розвивати досвід охоплення аудиторії завдяки унікальній взаємодії, на противагу тексту.

3. Можливість завчасно продемонструвати послуги потенційним споживачам готельного / туристичного продукту. Відеоролики VR дозволяють потенційним споживачам передусім ознайомитися із пунктом призначення, перш ніж зробити бронювання. Можливо включити додаток для туристичних подорожей або інтерактивну карту з віртуальним відео, для точного визначення напрямків, маршрутів та місць. Це дасть можливість продемонструвати туристичний курорт або екскурсію на противагу брошури місця відпочинку.

Таблиця 1

Віртуальні технології, що використовуються в готельній та туристичній індустрії [2; 3]

Технологія	Характеристика	Приклад
віртуальні тури	дозволяє потенційним споживачам готельного продукту відчувати, як виглядає готель ще до їх прибуття, пропонуючи більшу прозорість, ніж стандартні зображення, потрібен комплект гарнітури	готель Atlantis Dubai; Сквер-готель Pullman Brisbane King George; готель Grand Oasis; готель Le Spa Franschoek Hotel & Spa; Hotel Varamar Dubrovnik; готель Holiday Inn Express Adelaide; Курорт Wayanad; надводні бунгало Bora Bora; Мальдіви, досвід підводного спорту; мис Дара в Паттайї, Таїланд; курортний готель Sandy Lane на Барбадосі
віртуальні інтерфейси систем бронювання	дозволяє створити набагато більш безпроблемний досвід бронювання, коли користувач може досліджувати різні номери та засоби в готелі, порівнювати типи номерів, перевіряти місцеві пам'ятки та шукати ключову інформацію або факти	Sabre Virtual Meetings, Expedia TAAP, Google
пошук та бронювання туристичних подорожей	можливість продавати кімнати, рейси та туристичні товари на основі отриманого досвіду	віртуальний медовий місяць в Лондоні та на Гаваях; австралійський острів Гамільтон у 360° віртуальній реальності з Qantas; Мальдіви VR 360 – 4К відео; Віртуальні тури 3D – Запоріжжя

Таблиця 2

Тенденції цифровізації готельної індустрії

Напрямки цифровізації	Характеристика
Капітальний ремонт інфраструктури Wi-Fi	Wi-Fi високої щільності, вбудоване покриття мобільних телефонів
Цифрові конференційні засоби	доступ до аудіовізуальних (AV) та цифрових засобів для проведення конференцій: забезпечення покриття мобільного телефону в приміщенні, підключення до Wi-Fi, VoIP, послуги локації в режимі реального часу (RTLS) та інтернет-протокольного телебачення (IPTV), а також усього супровідного аудіо- та цифрового обладнання
Мобільний зв'язок та автоматизація	легкі та керовані технології реєстрації та обслуговування в готелях; концепція «консьєржа у вашій кишені» швидко набирає популярність завдяки своїй здатності дозволяти операторам включати корисну інформацію, наприклад, навколишні місця розваг; медичні установи та інші додаткові послуги
Технологія NFC	технологія високочастотного бездротового зв'язку нового покоління, яка дає можливість користувачам обмінюватися даними між пристроями. Ця технологія ідеально підходить для самостійної реєстрації гостей у готелях, можна використовувати для персоналізації досвіду гостей у готелі чи курорті
Інфрачервоні датчики	використовуються для мінімізації порушень, пов'язаних з веденням господарства
Клавіші розумних номерів	дозволяють гостям відкривати свої двері, просто переводячи свої телефони по клавіатурі на дверях, через системи входу в кімнату, що активуються відбитками пальців і пристрої сканування сітківки
Хмарні сервіси	надання можливості розваг через контент та мобільний контент призвело до тенденції інвестування готелів у хмарні сервіси, що надають готелям гнучкість розширювати та коригувати свої потреби в ІТ разом з ростом бізнесу, інвестувати в модернізацію без повного капітального ремонту ІТ-системи
Відгуки про соціальні медіа	споживачі звертаються до розроблених спільнотами систем, таких як Trip Advisor та соціальних медіа, щоб приймати рішення про місця відпочинку, готелі та дозвілля
Конвертовані локальні мережі (LAN) для підтримки декількох послуг	допоможуть готелям створити більш розумні будівлі. Різноманітність комп'ютерних будівельних послуг може бути автоматизована для контролю освітлення, охолодження, кондиціонування та опалення

4. Формування досвіду користувачів (потенційних споживачів). VR маркетинг дозволяє користувачам мати вражаючий досвід, безпосередньо підключаючись до послуги чи продукту. Відеоролик VR надає користувачам можливість здійснити захоплюючу подорож по номерах готелю, дослідити його заклади, прогулятися курортом та здійснити пряме бронювання.

5. Збільшення продажів. Обладнання, необхідне для створення першого VR-відео, не повинно бути дорогим, потрібна камера, яка робить знімки на 360 градусів та творчий колектив для виконання проєкту та розробки маркетингової стратегії «спробувати перед покупкою». Все це допоможе збільшити продажі готельного або туристичного продукту.

6. Якісний інструмент контент-маркетингу. Контент-маркетинг за допомогою віртуалізації послуги (готельного/туристичного продукту) – це інноваційний спосіб представити бізнес потенційним споживачам безпосередньо із гарнітури VR. Відео має бути надано на сайтах соціальних мереж для максимальної експозиції. Вміст повинен бути максимально привабливим.

Цифровізація економіки призводить до появи нових типів підприємств у туризмі та готельній індустрії, в тому числі віртуальних компаній, просторово розподілених мережевих структур та ін.

Подальший розвиток віртуалізації туроперейтингу спрямований на широке використання мобільних тех-

нологій самими туристами до, під час та після подорожі, а також з метою:

- пошуку необхідної інформації про спеціальні пропозиції туроператорів;
- пошуку контактної інформації;
- участі в розіграші призів;
- отримання додаткових послуг по туру тощо.

Викладені тенденції вимагають від споживачів певного досвіду подорожей, знань щодо використання мобільних та Інтернет-технологій, а також високого професійного рівня персоналу туристичних та готельних компаній.

Існує багато прикладів актуальності віртуалізації в туризмі: маркетингові альянси маленьких елітних готелів, мережі місцевих мереж туристичних офісів, що співпрацюють на регіональному рівні. Це пов'язано із зростанням нереальних очікувань та бачення щодо майбутніх структур та процесів туристичної індустрії.

Стосовно України позитивним є те, що Уряд схвалив Стратегію розвитку туризму та курортів на період до 2026 року. Документ розроблено з метою створення умов для забезпечення прискореного розвитку сфери туризму і курортів, перетворення її у високоефективну, інтегровану у світовий ринок сферу.

Запровадження Стратегії передбачається за напрямками, серед яких: забезпечення безпеки туристів та захист їх законних прав та інтересів, імплементація законодавства ЄС у сфері туризму, забезпечення комплексного розвитку територій, зокрема створення сприятливих умов для залучення інвестицій у розбудову туристичної інфраструктури, удосконалення системи професійної підготовки фахівців сфери туризму, формування та просування позитивного іміджу України, як країни привабливої для туризму. Реалізація акта передбачається за рахунок коштів державного, місцевих бюджетів та інших джерел не заборонених законодавством, а обсяг фінансування визначатиметься щороку з урахуванням конкретних завдань і реальних можливостей.

Динамічні зміни і трансформації у світовій економіці вимагають від України вироблення та запровадження інноваційних стратегій для інтеграції у глобальний ринок. Цифровізація стане головним інструментом для досягнення стратегічної цілі України – збільшення ВВП у 8 разів, до 1 трлн дол. у 2030 р., та забезпечення добробуту, комфорту та якості життя українців на рівні, вищому за середній показник у Європі [5].

Висновки з проведеного дослідження. Сьогодні цифрова економіка є одним із найважливіших чинників економічного зростання та формування нової якості життя. Лідери світової економіки розглядають цифровізацію як першочерговий напрямок інноваційного розвитку виробничо-економічних систем різних рівнів та інструмент забезпечення конкурентних переваг у довгостроковій перспективі. Безперечно, цифровізація надає багато переваг: численні мультиплікаційні ефекти цифровізації коли в єдиний інформаційний простір включаються усі учасники виробничого ланцюжку; заощадження часу, підвищення конкурентоспроможності.

Сьогодні, особливих умовах пандемії COVID-19, віртуальні технології виступають одним із найбільш перспективних інструментів для демонстрації туристичних місць, готелів, курортних закладів. Можливість повного занурення, достатньо висока якість зображення, практично необмежені можливості демонстрації об'єктів – робить віртуальні технології ефективним маркетинговим інструментом: інструмент реклами та донесення інформації до споживача. Саме віртуальна реальність може сприяти зростанню попиту на туристичні послуги.

Однак, використання віртуальних технологій в туристичній та готельній сфері має ряд обмежень: нестача кваліфікованих фахівців, що можуть працювати над створенням та просуванням VR-технологій; висока вартість.

Розвиток інформатизації та віртуалізації в туристичній та готельній сфері дозволить згладити негативні наслідки пандемії, підвищити ефективність функціонування галузі та вивести її на новий рівень розвитку.

Список використаних джерел:

1. Пищуліна О. Дві сторони цифрових технологій: «цифрова диктатура» або збереження стійкості. URL: <http://razumkov.org.ua/statti/dvi-storony-tsyfrovykh-tekhnologii-tsyfrova-dyktatura-abo-zberezhennia-stiikosti> (дата звернення: 03.06.2020).
2. Шомакія Е. Як VR трансформує бізнес. *НВ Бізнес: веб-сайт*. URL: <https://nv.ua/ukr/biz/experts/yak-vr-transformuye-biznes-1871381.html> (дата звернення: 13.06.2020).
3. Віртуальні тури. *Запоріжжя – сім шляхів до пригод: веб-сайт*. URL: <https://zaporizhzhia.city/virtual-tours?page=2> (дата звернення: 07.06.2020).
4. Technology in the hospitality industry – exploring the very latest trends. URL: <https://www.aurecongroup.com/thinking/insights/aurecons-successful-hotels/technology-in-the-hospitality-industry-exploring-the-very-latest-trends> (дата звернення: 09.06.2020).
5. Україна 2030Е – країна з розвинутою цифровою економікою. *Український інститут майбутнього: веб-сайт*. URL: <https://strategy.uifuture.org/kraina-z-rozvinutoyu-cifrovoyu-ekonomikoju.html> (дата звернення: 06.06.2020).

References:

1. Pyshhulina O. Dvi storony cyfrovykh texnologij: «cyfrova dyktatura» abo zberezhennya stijkosti [Two sides of digital technology: "digital dictatorship" or maintaining resilience]. Available at: <http://razumkov.org.ua/statti/dvi-storony-tsyfrovykh-tekhnologii-tsyfrova-dyktatura-abo-zberezhennia-stiikosti> (accessed 03 June 2020).
2. Shomaxiya E. Yak VR transformuye biznes [How VR transforms business]. *NV Biznes: veb-sajt* [NV Business: website]. Available at: <https://nv.ua/ukr/biz/experts/yak-vr-transformuye-biznes-1871381.html> (accessed 13 June 2020).
3. Virtualni tury [Virtual tours]. *Zaporizhzhya – sim shlyaxiv do prygod: veb-sajt* [Zaporozhye – seven ways to adventure: website]. Available at: <https://zaporizhzhia.city/virtual-tours?page=2> (accessed 07 June 2020).

4. Technology in the hospitality industry – exploring the very latest trends. Available at: <https://www.aurecongroup.com/thinking/insights/aurecons-successful-hotels/technology-in-the-hospitality-latest-trends> (accessed 09 June 2020)

5. Ukrayina 2030E – krayina z rozvynutoyu cyfrovoyu ekonomikoyu [Ukraine 2030E is a country with a developed digital economy]. *Ukrayinskyj instytut majbutnogo: veb-sajt* [Ukrainian Institute of the Future: website]. Available at: <https://strategy.uifuture.org/kraina-z-rozvinutoyu-cifrovoyu-ekonomikoyu.html> (accessed 6 June 2020)

E-mail: lkg1704@gmail.com