

УДК 332.122

Дашук Ю.С., к.е.н., ст. викладач,

Федорусь Ю.В., к.т.н., доцент

Луцький національний технічний університет

ПРОМОЦІЯ У СФЕРІ ГОСТИННОСТІ: ТЕХНОЛОГІЇ, ПЕРСПЕКТИВИ, РІШЕННЯ

У статті актуалізовано значення промоції для розвитку індустрії гостинності. Проведено огляд базових туристично-рекреаційних порталів України. Наведено приклади використання технологій навігації та геолокації для розвитку туристичних дестинацій.

Ключові слова: технології сфери послуг, індустрія гостинності, туристичне обслуговування, інновації в туризмі, готельно-ресторанний бізнес, туристичні портали.

Dashchuk Y., Fedorus Ju.

HOSPITALITY PROMOTION: TECHNOLOGIES, PROSPECTS, SOLUTIONS

The article substantiates the importance of promotion activities for the development of hospitality in the region. It is noted that such activities combine innovation, marketing, information and become one of the most popular methods of attracting consumers to the destination, announcing the events that take place in it, the benefits of providing certain services in a particular local place and more. The paper reviews the largest tourist portals operating in Ukraine. This, in turn, showed that most of them stimulate the development of a culture of domestic tourism.

The paper notes that the comprehensive promotion of hospitality is carried out through regional tourist portals, which are developed by the executive authorities, the author gives examples of some of them. The article reveals the importance of using modern information technologies for promotion, gives examples of the use of innovative navigation and geolocation technologies for the development of tourist destinations in modern conditions. In particular, attention is focused on such tools as: innovative 3D-maps, interactive network of tourist routes, 3D-panoramas, archival photographs, encyclopedia of nature.

It is proved that a comprehensive approach to the promotion of the hospitality industry will fully reveal the tourist and recreational potential of the regions of Ukraine and promote its effective use.

Key words: service technologies, hospitality industry, tourist services, innovations in tourism, hotel and restaurant business, tourist portals.

Дашук Ю.Е., Федорусь Ю.В.

ПРОМОЦИЯ В СФЕРЕ ГОСТЕПРИИМСТВА: ТЕХНОЛОГИИ, ПЕРСПЕКТИВЫ, РЕШЕНИЯ

В статье актуализировано значение промоции для развития индустрии гостеприимства. Проведен обзор базовых туристско-рекреационных порталов Украины. Приведены примеры использования технологий навигации и геолокации для развития туристических дестинаций.

Ключевые слова: технологии сферы услуг, индустрия гостеприимства, туристическое обслуживание, инновации в туризме, гостинично-ресторанный бизнес, туристические порталы.

Постановка проблеми у загальному вигляді та її зв'язок з важливими науковими та практичними завданнями. В умовах розвитку глобальних інформаційних систем не тільки виробничі компанії, але й підприємства сфери послуг, і навіть окремі дестинації, регіони, території, представляють свої можливості та продукти широкому колу споживачів за допомогою смарт-технологій. Такий підхід поєднує інновації, маркетинг, інформацію і стає одним із найбільш популярних методів залучення споживачів у дестинацію, анонсування про події, які в ній відбуваються, переваги надання тих чи інших послуг в конкретному локальному місці тощо. Поряд з цим доопрацювання потребують ресурси промоції, які носили б системний характер, враховували специфіку сфери гостинності, а також передбачали б використання інноваційних рішень для популяризації туристичних дестинацій.

Аналіз останніх досліджень, у яких започатковано вирішення проблеми. Питання промоції туристичних дестинацій, підприємств сфери гостинності у своїх наукових працях розглядали Г. Багієв, Д. Бухаліс, Н. Корж, Д. Басюк, А. Виноградов, Ю. Забалдіна, А. Інверсіні, В. Квартальнов, С. Мельниченко, А. Набієв, М. Скопень, Т. Ткаченко та інші. Дослідження авторів стосувалися розвитку інтерактивних та інформаційних технологій в туризмі, окремих аспектів smart-технологій. Поряд з цим додаткового вивчення потребують питання промоції у сфері гостинності, дослідження ефективних

технології та рішень інтерактивного просування туристичних дестинацій.

Цілі статті. Метою статті є огляд існуючих підходів та інноваційних технологій промоції підприємств індустрії гостинності та туристичних дестинацій.

Виклад основного матеріалу дослідження з повним обґрунтуванням отриманих наукових результатів

Розвиток ІТ-технологій торкнувся практично усіх сфер життєдіяльності людини, не виключенням виступає й індустрія гостинності. Так, у сучасному суспільстві діяльність будь-якого туристичного агентства, авіакомпанії, готелю не можна уявити без використання Інтернет технологій: чи то для консультацій з рекреантами та бізнес партнерами у різних куточках світу, чи то для здійснення online бронювання, чи просто для рекламування власних послуг. Варто зазначити, що інформація, розміщена в мережі Інтернет стає базовим інструментом просування послуг у сфері гостинності. Мова йде не лише про Інтернет сайти закладів розміщення, харчування, туристичних операторів, музеїв, а про масштабні, системні портали, які дозволяють споживачу обрати для себе комплексний, пакетний продукт.

Для розуміння існуючої ситуації проведемо огляд найбільших туристичних порталів, які діють в Україні.

Ресурс Zruchno.Travel – один із найбільш функціональних та популярних туристичних ресурсів України [1], створений для допомогти мешканцям і гостям країни комфортно подорожувати Україною, надаючи унікальні сервіси. Даний промоційний ресурс, направлений на розвиток культури внутрішнього туризму в Україні, шляхом створення зручних сервісів та партнерських програм з метою привернення уваги до туристичних об'єктів, покращення якості інфраструктури навколо, допомогти бізнесу і зацікавлення мандрівників. Серед сервісів є вибір дозвілля на вихідні: 52 вікенди, бронювання, спецпроекти, преміум-підписка, партнерські програми, консалтинг, аналітика/статистика, контакт-центр і просування.

Ще одним великим ресурсом є портал UA.IGotoWorld.com [2]. З 2014 року сайт створює корисний, унікальний контент для

мандрівників, пропонує туристичні послуги бронювання готелів і турів, здійснює промоцію визначних і цікавих місць України. Портал співпрацює з ТПЦами, туроператорами, гідами, готельними комплексами, прокатними компаніями та багатьма іншими компаніями, що працюють у сфері туризму та індустрії гостинності.

Ще одним цікавим ресурсом є сайт Lowcost.UA [3], який допомагає відвідувачам отримати вичерпну інформацію про дешеві подорожі. Діяльність порталу направлена на те, щоб зробити мандрівки доступними для усіх через презентацію найбільш актуальних акцій, знижок, презентацію путівників по регіонах та цікавих місцях України. Проект розпочався у 2012 році, нині ж аудиторія складає понад 300 тисяч користувачів на місяць.

Поряд з цим, комплексна промоція сфери гостинності здійснюється й через регіональні туристичні портали, які розробляються органами виконавчої влади. Інформаційні ресурси, які на наш погляд, найбільш вдало представляють туристично-рекреаційний потенціал областей України представлено в таблиці 1.

Таблиця 1

Туристичні портали окремих областей України

Назва порталу	Посилання
Рівненщина	https://rivne.travel/
Волинь унікальна	http://www.tourism.volyn.ua/
Чернігівщина туристична	https://chernihivregion.travel/
Дніпропетровщина туристична	http://tourism.dp.gov.ua/
Івано-Франківщина туристична	http://iftourism.com/
Про Закарпаття	https://zaktour.gov.ua/
Житомирщина туристична	http://www.tic.zt.ua/
Офіційний туристичний портал Черкаської області	https://tourismincherkasyregion.gov.ua/ua/
Хмельниччина туристична	https://turist.km.ua/ua/

*систематизовано автором

Якщо говорити про практику застосування інноваційних технологій в процесі просування регіонів України, то самих лише сайтів чи порталів уже недостатньо. Споживач прагне ознайомитися із послугами індустрії гостинності, можливостями конкретного регіону не виходячи із дому у цікавий, максимально наближений до реальності спосіб. Виходячи з цього, промоцію слід розглядати як комплекс, інноваційну систему заходів, яка направлена як на просування закладів індустрії гостинності, так і на популяризацію туристичних дестинацій. Розглянемо окремі приклади використання інноваційних технологій навігації та геолокації для розвитку туристичних дестинацій в сучасних умовах.

1. Інноваційні 3D-карти. Передбачають можливість перегляду туристичних маршрутів з висоти пташиного польоту, отримуючи, поряд з цим, деталізовану інформацію про об'єкти, розташовані в межах маршруту. Прикладом реалізації вказаної технології є 3D-карта Каспрового Верху, гірськолижного курорту у Польщі, завдяки якій турист може досліджувати околиці туристичної дестинації: обирати період доби (день / сутінки / ніч), обирати сезон (зима / літо), милуватись обраним туристичним шляхом з гори, бачити погоду на нижній та верхній станціях витягу, ознайомитись з описами вибраних об'єктів. Карта реалізована в мобільному додатку PKL Kasprowy Wierch та на веб-сайті: <http://mapakasprowy.pkl.pl> [2].

2. Інтерактивна мережа туристичних шляхів. Зазначена технологія дає можливість в одному ресурсі презентувати туристу тисячі кілометрів туристичних маршрутів, розділених за категоріями, ознайомити його з визначними місцями, шляхом маркування, а також об'єднати дані із глобальної пошукової системи і рівня карт. Зазначена технологія, наприклад, використовується для популяризації найдовшого велосипедного шляху Польщі «Green Velo Trail», довжиною майже 2000 км. Додаток та веб-сайт є базою найцікавіших місць, корисних для туристів, де представлено безліч визначних пам'яток, інформаційну базу з харчування і розміщення, пам'ятки та визначні природні місця. Це також колекція готових ідей для

велосипедних поїздок, на яких позначені відстані, час переїздів та відвідувань.

3. 3D-панорами. Функціональність зазначеної технології дозволяє розміщувати в мобільному додатку та на веб-сайті 360-градусні панорами різнованітних туристичних дестинацій (гірські ландшафти, види міст, інтер'єр пам'яток, туристичні об'єкти. Прикладом використання 3D-панорам є віртуальний 3D-тур по Луцькому підземеллі під костелом Петра і Павла (<https://bit.ly/3iUssRz>).

4. Архівні фотографії. Завдяки модулю Treemap ТМ, в якому використовуються архівні фотографії, користувач програми дізнається, як виглядали околиці, які він відвідав, десятки років тому. Варто просто встати на позначене місце і націліти телефон на об'єкт.

5. Енциклопедія природи – це своєрідний атлас природи в мобільній версії. У додатку розміщується інформація про фауну та флору парку або комплексу, фотографії, описи та аудіо записи, які дозволяють розпізнавати окремі види, сліди тварин або звуки птахів, можливість кореляції з табличками із надрукованими QR-кодами. Прикладом зазначеної технології є мобільний додаток Міжнародного біосферного резервату Східні Карпати, де представлено широку базу даних про об'єкти Бещадського національного парку, Ужанського національного природного парку та Національного парку Полоніни. В рамках прикордонних районів трьох країн, туристи дізнаються їхню історію та незвичайні місця: пам'ятки та заповідники, пам'ятники, церкви та залишки давніх поселень, енциклопедії рослин і тварин, найважливішу туристичну інформацію про місцевість.

Висновки. Таким чином, застосування комплексного підходу до промоції, що передбачає популяризацію підприємств індустрії гостинності та туристичних дестинацій, дозволить в повній мірі розкрити туристично-рекреаційний потенціал регіонів України, сприятиме його ефективному використанню та слугувати важливим інструментом розвитку туристичної сфери в умовах глобалізації.

Список бібліографічного опису

1. Портал Zruchno.Travel: веб-сайт. URL: <https://zruchno.travel> (дата звернення: 10.09.2020)
2. Портал UA.IGotoWorld.com: веб-сайт. URL: (<https://ua.igotoworld.com/>) (дата звернення: 10.09.2020)
3. Портал Lowcost.UA: веб-сайт. URL: <https://lowcost.ua/> (дата звернення: 10.09.2020)
4. Басюк Д.І., Срібна С.В., Примак Т.Ю. Досвід країн європейського союзу щодо розвитку смарт - destinations. Ефективна економіка. 2019. № 1. – URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=6823> (дата звернення: 10.05.2019)
5. Buhalis D. Smart Tourism Destinations Enhancing Tourism Experience through Personalisation of Services / D. Buhalis, A. Amaranggana // Information and Communication Technologies in Tourism 2015. ENTER 2015 Proceedings of the International Conference in Lugano. – Switzerland: Springer International Publishing, 2015. P. 377–390.

References

1. Portal Zruchno.Travel: Available at: <https://zruchno.travel> (accessed 10 September 2020)
2. Portal UA.IGotoWorld.com: Available at: (<https://ua.igotoworld.com/>) (accessed 10 September 2020)
3. Portal Lowcost.UA: Available at: <https://lowcost.ua/> (accessed 10 September 2020)
4. Basyuk, D., Sribna, S. and Prymak, T. (2019), "Experience of european union countries in the development of smart destination", *Efektivna ekonomika*, [Online], vol. 1, available at: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=6823> (Accessed 27 May 2019). DOI: 10.32702/2307-2105-2019.1.8
5. Buhalis D. Smart Tourism Destinations Enhancing Tourism Experience through Personalisation of Services / D. Buhalis, A. Amaranggana // Information and Communication Technologies in Tourism 2015. ENTER 2015 Proceedings of the International Conference in Lugano. Switzerland: Springer International Publishing, 2015. P. 377–390.
DOI: [https://doi.org/10.36910/2707-6296-2020-17\(67\)-32](https://doi.org/10.36910/2707-6296-2020-17(67)-32)