

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ОДЕСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

КАФЕДРА ЕКОНОМІЧНОЇ КІБЕРНЕТИКИ ТА
ІНФОРМАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ



«ІНФОРМАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ В ЕКОНОМІЦІ І УПРАВЛІННІ»

ЗБІРНИК НАУКОВИХ СТУДЕНТСЬКИХ ПРАЦЬ

ВИПУСК 3



Одеса
2021

ІНТЕРНЕТ-ТЕХНОЛОГІЇ ТА ПЕРЕВАГИ ЇХ ВИКОРИСТАННЯ В ІНДУСТРІЇ ТУРИЗМУ ТА ГОСТИННОСТІ

Бєлова О. О.¹, Орлик О. В.²

1 – студентка 3 курсу 30 гр., факультету міжнародної економіки,

2 – канд. екон. наук, доцент, кафедра економічної кібернетики та інформаційних технологій
Одеський національний економічний університет, м. Одеса

АНОТАЦІЇ

Бєлова О. О., Орлик О. В. Інтернет-технології та переваги їх використання в індустрії туризму та гостинності. В статті обґрунтовано важливість використання інтернет-технологій для туризму та сфери гостинності. Представлено аналіз сучасних тенденцій використання мандрівниками нових технологій. Визначено переваги використання інтернет-технологій підприємствами туристичного та готельного бізнесу. Розглянуто причини використання веб-сайтів та інтернет-технологій підприємствами сфери гостинності.

Ключові слова: Інтернет, інтернет-технології, індустрія туризму, сфера гостинності, переваги.

Бєлова О. А., Орлик О. В. Интернет-технологии и преимущества их использования в индустрии туризма и гостеприимства. В статье обоснована важность использования интернет-технологий для туризма и сферы гостеприимства. Представлен анализ современных тенденций использования путешественниками новых технологий. Определены преимущества использования интернет-технологий предприятиями туристического и гостиничного бизнеса. Рассмотрены причины использования веб-сайтов и интернет-технологий предприятиями сферы гостеприимства.

Ключевые слова: Интернет, интернет-технологии, индустрия туризма, сфера гостеприимства, преимущества.

Belova O., Orlyk O. Internet technologies and advantages of their use in the tourism and hospitality industry. The article substantiates the importance of using Internet technologies for tourism and hospitality. An analysis of current trends in the use of new technologies by travelers is presented. The advantages of using Internet technologies by tourism and hotel businesses are determined. The reasons for the use of websites and Internet technologies by hospitality companies are considered.

Keyword: Internet, internet technologies, tourism industry, hospitality, advantages.

ПОСИЛАННЯ НА РЕСУРС

Бєлова О. О., Орлик О. В. Інтернет-технології та переваги їх використання в індустрії туризму та гостинності // Інформаційні технології в економіці і управлінні : зб. наук. студ. праць. Одеса : ОНЕУ, 2021. Вип. 3. С. 80–86.

Постановка проблеми у загальному вигляді. Сьогодні ніхто не сумнівається, що технології та подорожі – це ідеальне поєднання, яке відіграє вирішальну роль у тому, як ми подорожуємо. Люди використовують Інтернет з метою спілкування, встановлення ділових відносин, отримання інформації щодо нових продуктів. В результаті цього загострюється конкуренція між підприємствами, а в умовах загостреної конкуренції виживають підприємства, які можуть швидко і легко отримати доступ до інформації та швидко передати її. Використання Інтернету стало неминучим в конкурентному середовищі в наші дні. З появою інформаційних та інтернет-технологій в нашому житті бізнес почав здійснювати багато зі своїх процесів, таких як реклама продукції, маркетинг, комунікація (всередині організації і поза нею), за їх допомогою.

Аналіз досліджень і публікацій останніх років. Використання Інтернету для просування туристичних послуг стало предметом наукових досліджень спочатку серед зарубіжних вчених. Досить ґрунтовні дослідження проведені, наприклад, канадськими й американськими вченими Л. Кребсом, Дж. Е. Мілсом, Р. Лоу, Е. Джорденсоном, С. Донованом, М. Евансом. Публікації щодо ролі і можливостей Інтернету в туристичному бізнесі з'являються і на сторінках українських видань.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. Демографічні зміни та зміни у ставленні споживачів до нових технологій та Інтернету, мають безпосередній вплив на індустрію туризму та гостинності. В даний час клієнти стають все більш кваліфікованими і просунутими у використанні інформаційних технологій. Тому сьогодні інформаційні та інтернет-технології активно використовуються в різних сферах української економіки. З'являються нові технології та напрямки їх використання. Особливо це актуально для підприємств туристичного та готельного бізнесу.

Мета статті. Метою статті є аналіз та визначення позитивного впливу інформаційних та інтернет-технологій на діяльність підприємств індустрії туризму та гостинності.

Виклад основного матеріалу дослідження. Електронні технології дозволили вперше в історії учасникам ринку одночасно спілкуватися на відстані, що поклато початок новій ері в області маркетингових комунікацій. Інтернет, як сукупність мереж у всьому світі, являє собою найбільшу комп'ютерну систему, яка дозволяє отримувати, обробляти і обмінюватися інформацією мільйонам користувачів комп'ютерів. Величезна кількість даних може бути доступна в будь-який час і в будь-якому місці, що дозволяє користувачеві Інтернету отримати глобальний доступ.

Згідно з дослідженням Google Travel, 74% мандрівників планують свою поїздку через Інтернет, тоді як лише 13% все ще використовують туристичні агенції для їх підготовки. Think with google.com виявили, що понад дві третини досліджень напрямків відпочинку проводяться на мобільних пристроях. 69% мандрівників користувалися голосовим пошуком під час планування поїздки [10].

Нові дослідження за 2019 р. показали, як мандрівники використовують нові технології для пошуку та бронювання подорожей, який найкращий спосіб дістатись до мандрівників під час зривів подорожей.

За даними цих досліджень [11; 12]:

- 61% мандрівників майже завжди або іноді використовують додаток на смартфоні для бронювання рейсів;
- 59% ділових мандрівників використовували канали соціальних мереж, щоб забронювати рейс;
- 81% ділових мандрівників використовували голосові технології під час поїздки;
- 56% мандрівників розраховують отримувати інформацію щодо зриву подорожі за допомогою push-повідомлень;
- 58% відпочиваючих та 85% ділових мандрівників воліють використовувати додатки для бронювання рейсів;
- 72% туристичних брендів вважають, що вони не вкладають достатньо коштів у мобільний зв'язок.

Індустрія туризму та гостинності – це та сфера, де взаємодія зі споживачем стає все більш критичною, а технічний прогрес дозволяє підприємствам туристичного та готельного бізнесу стати ближче і краще пізнати своїх клієнтів.

Інтернет-технології забезпечують новий спосіб ведення бізнесу. Вони стали важливим джерелом інформації, відповідно до якого формуються різні бізнес-стратегії суб'єктів туристської індустрії. За допомогою Інтернету з'явилася нова можливість для суб'єктів туристичної галузі успішно просувати і продавати послуги та продукти, що відповідають вимогам, потребам і бажанням споживачів.

У сфері гостинності використання Інтернету та інтернет-технологій неминуче для інформування гостей про послуги, створення ефективної системи комунікації з клієнтами. Завдяки інтернет-технологіям клієнти можуть безпосередньо звертатися в готелі, отримувати інформацію, провівши дослідження та порівняння готелів, зробити замовлення через Інтернет. Крім того, клієнти можуть розплатуватися кредитною картою через веб-сайти готелів і отримувати результати своїх бронювань.

Використовуючи Інтернет, інтернет-технології і свої веб-сайти, підприємства готельного бізнесу можуть отримати ряд переваг.

Ці переваги полягають у тому, що дають можливість:

- забезпечити перевагу в конкурентному середовищі;
- знизити витрати на продаж і маркетинг (наприклад, скоротити витрати на брошури та рекламу);
- збільшити вимоги до бронювання;
- інформувати, нагадувати і переконувати гостей своїм продуктом і послугами;
- проводити маркетингові дослідження;

- займатися електронною комерцією, маючи нові можливості отримання доходу, такі як онлайн-бронювання, продажі та доходи від реклами;
- знизити витрати завдяки спілкуванню з гостями без посередника (наприклад, комісійні, надані туристичним агентствам і туроператорам);
- мати ефективну маркетингову комунікацію з існуючими і потенційними гостями;
- постійно рекламувати свій продукт;
- мати технологічну перевагу над конкуруючими підприємствами;
- поставляти і швидко отримувати інформацію, необхідну для бізнесу;
- залучати існуючих і потенційних гостей швидше і з меншими витратами.

Готельний бізнес повинен підтримувати інформацію на своїх веб-сайтах в актуальному стані, щоб скористатися цими перевагами. Готельний бізнес також оновлює себе, пристосовуючись до технологічних оновлень. Якщо технологічні зміни не відбудуться, веб-сторінки втратять свою привабливість, і в результаті кількість їх відвідувачів зменшиться.

Індустрія туризму та гостинності була однією з перших галузей, що почала використовувати інтегровані маркетингові комунікації для просування своїх продуктів і послуг. Інтернет відіграє важливу роль у стратегії підприємств, оскільки він охопив усі куточки світу і може бути максимально використаний в індустрії туризму та гостинності для різних видів маркетингової або рекламної діяльності.

Переваги використання Інтернету та інтернет-технологій в туристичній галузі:

- в сучасному світі турагентства можуть використовувати Інтернет як вигідний засіб просування і продажу туристичних продуктів і послуг;
- хороша якість рекламної візуалізації туристичних послуг і продуктів через Інтернет створює у людей кращі враження, ніж брошури і каталоги;
- Інтернет являє собою ефективний і корисний канал розподілу туристичних продуктів і послуг та допомагає виявити бажання клієнтів;
- інтернет-технології дозволяють підвищити ефективність роботи турагентств за рахунок прискорення комунікації та надання всієї необхідної інформації;
- сучасний бізнес на туристичному ринку характеризується впровадженням різних систем бронювання в бізнес-системи туристичних агентств, готельних мереж, авіакомпаній і т. д.;
- велика база даних і значні обсяги цифрових носіїв інформації дозволяють миттєво отримати доступ до інформації щодо туристичного ринку кожному потенційному туристу;
- сучасні інтернет-технології допомагають туристичним агентствам створювати унікальну ідентичність, підвищувати ефективність і розвивати додаткові послуги.

Інтернет-технології надають туристичним організаціям можливість розширити клієнтську базу, більш економічним способом побудувати комунікацію з клієнтами і пов'язаними з ними партнерами. Вони допомагають

існуючим та потенційним клієнтам отримати доступ до інформації щодо своїх туристичних напрямків і послуг, спілкуватися з туристичними організаціями і робити бронювання за відносно низькою ціною.

В сучасних умовах індустрія туризму та гостинності залежить від інтернет-технологій, оскільки вони надають практичні ідеї для реалізації та планування всього заздалегідь – від індивідуальних туристичних екскурсій до сімейних пакетів відпочинку. Найкращим аспектом є глобальна доступність, а також точна інформація про готелі та місця для відвідування, яка зазвичай підкріплюється надійними відгуками клієнтів.

Інтернет-технології надають підприємствам індустрії туризму та гостинності безліч способів з легкістю поліпшити свій бізнес. Впровадження інтернет-технологій змінило всі організаційні процеси в галузі. Час оформлення та бронювання туру чи номера у готелі значно скоротився. Популярні онлайн-сервіси здатні надати заявнику будь-яку інформацію в лічені хвилини, будь-то прогноз погоди, можливість покупки будь-якого товару чи послуги тощо. Туристичні агентства також використовують спеціальні пошукові системи на своїх сайтах, які дозволяють клієнтам шукати тури відповідно до індивідуальних побажань.

Використання веб-сайту та Інтернету сприяє отриманню ринкової переваги, що полегшує управління бізнесом і потребами клієнтів. Інтернет-технології допомагають клієнтам скоротити час пошуку інформації про пункт призначення, бронювання номера, де поїсти, де розважитися – вся ця інформація вже є на сайті. Веб-сайт надає багато інформації про готель, ресторан і туристичне агентство, завдяки чому клієнт може вибрати товари або послуги, які його задовольняють.

Згідно [3], адміністратори готелів використовують Інтернет для:

- 84,4% – підвищення якості обслуговування;
- 80,0% – спілкування в Інтернеті;
- 77,8% – відстеження бронювань в Інтернеті;
- 55,6% – банківських операцій;
- 42,2% – доступу до новин, фондового ринку.

Індустрія гостинності завжди у числі перших отримує прибуток від нових технологій. Створення систем електронної комерції змінило індустрію гостинності. Онлайн-продажі стали важливою частиною бізнесу. Сьогодні майже всі готелі мають свої сайти, до яких можна легко отримати доступ через Інтернет. Веб-сайти розроблені з використанням фотографіки, так що відвідувачі можуть переглядати готель, номери, прилеглу територію і усі необхідні зручності.

Згідно з даними, наведеними у [3], адміністратори готелів використовують веб-сайти для:

- 91,1% – реклами;
- 77,8% – онлайн-бронювання;
- 73,3% – переваг у конкурентному середовищі;
- 68,9% – прискорення бронювання;
- 62,2% – відстеження технологічних розробок;

- 57,8% – технологічної переваги;
- 37,8% – отримання інформації щодо конкуруючих підприємств.

При цьому, 6,6% адміністраторів заявили, що вони не мають веб-сайту через вартість створення сайту та відсутність освіченого персоналу.

Сьогодні Інтернет міцно утвердився в якості маркетингового інструменту. Поширення системи інформаційних технологій в індустрії туризму та гостинності дозволяє підвищити ефективність і якість надаваних послуг, призводять до появи нових комбінацій туристських послуг. Інформаційно-комунікаційні технології можуть використовуватися не тільки в оперативних цілях, але і для тактичного та стратегічного управління. Це дає можливість підприємствам індустрії туризму і гостинності безпосередньо та більш ефективно взаємодіяти з потенційними клієнтами і постачальниками, а також досягати конкурентних переваг.

Державна політика може зробити істотний вплив на Інтернет і його потенційний розвиток, вводячи нові правила і обмеження. Питання конфіденційності та безпеки зараз дуже важливі. Тому інтернет-провайдери повинні враховувати етичні питання і питання використання та захисту персональних даних, що зберігаються в мережах.

Висновки з даного дослідження. На основі вищевикладеного матеріалу можна зробити висновок, що в сучасному туристичному та готельному бізнесі інтернет-технології зарекомендували себе як ефективний засіб просування і продажу туристичних послуг та товарів, а Інтернет виступає важливим «каналом зв'язку» між попитом і пропозицією.

Сьогодні поширення товарів і послуг більше не залежить від кількості друкованих каталогів і брошур, але інформація про туристичні продукти і послуги може досягати мільйонів користувачів Інтернету. За допомогою Інтернету у підприємств індустрії туризму та гостинності з'являється можливість успішно просувати і продавати послуги і товари, а також діяти відповідно до бажань і потреб сучасних споживачів. Тому маркетингова діяльність займає важливе місце в бізнес-стратегіях сучасних підприємств туристичного та готельного бізнесу, де Інтернет став невід'ємною частиною медіапланування.

ЛІТЕРАТУРА

1. Герасименко В., Давиденко І. Інтернет як засіб просування туристичних послуг // Маркетинг в Україні. 2009. № 2. С. 41–46.
2. IT and Internet's Impact on Tourism and Hospitality Industry: Implementations of technologies for Hilton Hotels Group. URL: <https://www.ivoryresearch.com/samples/tourism-essay-example-it-and-internet-impact-on-tourism-and-hospitality-industry-implementation-of-technologies-for-hilton-hotels-group/> (дата звернення 09.11.2020).
3. Karaman A., Sayin K. The Importance of Internet Usage in Hotel Business: A Study on Small Hotels // IUVD. 2017. No. 8 (1). pp. 65–74. URL: <https://dergipark.org.tr/tr/download/article-file/437289> (дата звернення 09.11.2020).

4. Batičić I. The role and importance of the Internet in contemporary tourism in travel agencies business. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/the-role-and-importance-of-the-internet-in-contemporary-tourism-in-travel-agencies-business/viewer> // International Journal of Cognitive Research in science, engineering and education. 2013. Vol. 1. No 2. pp. 119–122 (дата звернення 09.11.2020).
5. The role of internet in hospitality and tourism industry's IMC strategies Gr.151. URL: <https://mpk732t22015.wordpress.com/2015/09/13/the-role-of-internet-in-hospitality-and-tourism-industrys-imc-strategies/> // Marketing management blog. September 13, 2015 (дата звернення 09.11.2020).
6. How Information Technology Has Affected the Tourism and Hospitality Industry. URL: <https://www.entremt.com/information-technology-affected-tourism-hospitality-industry/> // Entre blog. February 1, 2018 (дата звернення 09.11.2020).
7. Buhalis D., Zoge M. The Strategic Impact of the Internet on the Tourism Industry // Information and Communication Technologies in Tourism 2007, Springer, Wien, pp. 481–492. URL: https://www.academia.edu/2201338/Buhalis_D_and_Zoge_M_2007_The_Strategic_Impact_of_the_Internet_on_the_Tourism_Industry_in_Sigala_M_Mich_L_Murphy_J_eds_Information_and_Communication_Technologies_in_Tourism_2007_Springer_Wien_pp_481_492 (дата звернення 09.11.2020).
8. Suri V. The Role Of Internet In Hospitality // Consultants Review. URL: <https://www.consultantsreview.com/cxoinsights/the-role-of-internet-in-hospitality-vid-860.html> (дата звернення 09.11.2020).
9. Werthner H., Ricci F. E-Commerce And Tourism // Communications of the ACM. December 2004. Vol. 47. No. 12. pp. 101–105. URL: <http://www.inf.unibz.it/~ricci/papers/werthnercacmvers2.pdf> (дата звернення 09.11.2020).
10. Chillingworth S. Digital Impacts on The Travel Market in 2019. URL: <https://www.digital-clarity.com/blog/digital-impacts-on-the-travel-market-in-2019/> (дата звернення 09.11.2020).
11. Mobile Travel Trends 2019. URL: <https://info-digital.travelport.com/trends2019> (дата звернення 09.11.2020).
12. RESEARCH REPORT: How travelers are using mobile in 2019. URL: <https://info-digital.travelport.com/end-traveler-research-2019-1p?hsCtaTracking=0e306230-b435-402c-8c74-61a88fcea5c0%7C7173b217-ba18-46c8-87cd-bb4e827f151d> (дата звернення 09.11.2020).
13. Орлик О. В. Підвищення економічної безпеки підприємств на основі інтернет-технологій маркетингу // Сталій розвиток економіки : міжнар. наук.-вироб. журн. 2019. № 2. С. 84–92. DOI: [https://doi.org/10.33987/vsed.1\(72\).2020.164-177](https://doi.org/10.33987/vsed.1(72).2020.164-177).
14. Норенко М. В., Орлик О. В. Маркетингові інтернет-комунікації та їх застосування для просування бренду // Інформаційні технології в економіці і управлінні : зб. наук. студ. праць. Одеса : ОНЕУ, 2019. Вип. 1. С. 65–70.
15. Антоненко Ю. А., Орлик О. В. Комунікаційні інструменти Інтернет-маркетингу: аналіз та систематизація // Інформаційні технології в економіці і управлінні : зб. наук. студ. праць. Одеса : ОНЕУ, 2019. Вип. 1. С. 78–83.
16. Момотенко К. В., Орлик О. В. Інструменти просування товарів та послуг Інтернет-магазину // Інформаційні технології в економіці і управлінні : зб. наук. студ. праць. Одеса : ОНЕУ, 2019. Вип. 1. С. 37–46.