

О.І. Угоднікова, А.С. Соколенко, А.А. Рябєв, В.В. Абрамов, М.М. Поколодна,
С.В. Кравцова, В.Ю. Шевченко, Ю.О. Мірошніченко

Харківський національний університет міського господарства імені О.М. Бекетова, Україна

ІННОВАЦІЙНІ ПІДХОДИ ДО УПРАВЛІННЯ ЕФЕКТИВНИМИ КОМУНІКАЦІЯМИ В ТУРИЗМІ ТА ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОМУ ГОСПОДАРСТВІ

Розвиток інформаційних технологій передбачає велику увагу управлінців до формування інформаційного супроводу та просування товарів та послуг на ринок. Галузь туризму та готельного господарства розвивається в умовах значної конкуренції. Отже, враховуючи актуальність питання, у статті розглядаються інноваційні механізми побудови ефективних систем управління в туризмі та готельно-ресторанному господарстві шляхом застосування діджитал технологій.

Ключові слова: діджитал технології, інноваційні технології, туризм, готельно-ресторанна справа.

Постановка проблеми

Розвиток суспільства, реалізації суспільних функцій передбачає комунікації, як основну вимогу інноваційного розвитку людства. Аналізуючи процеси розвитку комунікаційних систем, можна визначити причинно-наслідкові зв'язки трансформації, вплив суспільних процесів на комунікації та комунікації на суспільні процеси. В умовах конкурентного середовища у сфері послуг процеси комунікації забезпечують високу конкурентоздатність підприємств за умови їх ефективної реалізації. Отже, доцільно звернутися до питання пошуку інноваційних технологій комунікації у системі розвитку підприємств туризму та готельно-ресторанного господарства.

Аналіз останніх досліджень та публікацій

Питання розвитку систем комунікацій, запровадження інноваційних підходів у діяльність підприємств галузі туризму та готельного господарства розглядалися у наукових дослідженнях низки авторів: В. М. Чекштуріна [1], Василевська Н. [2], М. В. Триняк [3], Торсу, В.А. and Sarigül, S.S. [4], Gonzalez, R., Gasco, J. and Llopis, J. [5], Vardari, L., Bytyqi, Q. and Lumi, A. [6], Січкаренко, Г. [7] Компанцева Л. [8], Сусол А. Б. [9] та інші.

Проте, варто зазначити, що із розвитком комунікаційних технологій, інноваційних процесів, формуванням нових запитів суспільства і зв'язку зі змінами та викликами зовнішнього середовища питання пошуку механізмів реалізації інновацій у систему комунікацій не втрачає своєї актуальності.

Мета та завдання

Метою дослідження є розробка шляхів імплементації інноваційних механізмів забезпечення ефективних комунікацій у системі розвитку підприємств галузі туризму та готельного і ресторанного господарства.

Відповідно до поставленої мети вирішуються наступні завдання:

- проведено ретроспективний аналіз комунікаційних систем,
- визначено сучасні тренди інноваційного застосування комунікаційних технологій та новітні системи комунікації,
- обґрунтовано роль інновацій у формуванні ефективних комунікацій з урахуванням специфіки галузі туризму та готельно-ресторанного господарства.

Виклад основного матеріалу

Розвиток системи комунікацій сягає стародавніх історичних періодів. Починати ретроспективний аналіз формування комунікаційних технологій можна ще з періоду стародавніх людей, які за допомогою формування основ мови та мовлення намагалися обмінюватися інформацією для ведення спільного побуту, полювання та інших процесів, характерних для життєдіяльності первісних людей. Із розвитком суспільних процесів комунікації змінювали свої функції, розширювали їх. Зокрема, формування перших цивілізацій визначало можливості людей обмінюватися інформацією, формувати системи соціально-економічних відносин, наприклад, обміну товарів, формувати процеси державотворення –

створювати певні норми спільного проживання на одній території, які підпорядковувалися вже не тільки умовам зовнішнього середовища та традиціям, що склалися в племенах, а умовами нормативного забезпечення процесів суспільного розвитку. Такі наслідки трансформації суспільних явищ визначили ускладнення системи усних та письмових комунікацій.

Розвиток громадянського суспільства в різні історичні періоди супроводжувався розвитком комунікацій. Зокрема, доцільно виділити розвиток риторики, як науки та мистецтва, у Стародавній Греції та Стародавньому Римі. Для вільних громадян мистецтво доносило свою думку та переконувати інших ставало основою розвитку та просування у суспільному житті. Оскільки державницькі системи Греції та Риму були більш плюралістичними, ніж режими східних тираній перших цивілізації Єгипту, Вавилону, Ассирії та інших держав, відповідно право голосу та можливість доводити свою думку у дискусії ставали вирішальним фактором владного впливу тих чи інших громадян в різні історичні періоди. Класичними працями з риторики вважаються саме філософські доробки античних філософів, які пропагували велику увагу людей до системи комунікацій, їх роль у суспільних процесах та безпосередній вплив як на життя кожної окремої людини, так і на життєдіяльність соціуму у глобальному розуміння.

Процеси розвитку комунікацій у середньовічній Європі гальмувалися через культ церкви та суттєві обмеження розвитку громадського суспільства. Новим періодом формування інноваційних для того часу ідей та, відповідно, способів їх вираження, можна назвати епоху Відродження, коли людина могла проявляти свої емоції, думки, соціальні переконання, громадську позицію через мистецтво, в тому числі через ораторське мистецтво. Саме в цей історичний період виникає течія протестантизму, яка починає протидіяти католицькій церкві. Для того, щоб запевнити людей у вірності тих чи інших переконань, послідовники цього напряму використовували комунікації, які були характерними для того періоду часу.

Новітня історія комунікації свідчить про значну роль комунікаційних технологій у розвитку громадянського суспільства, соціально-економічному розвитку країни та формування передумов для забезпечення конкурентоспроможності бізнес. Процеси глобалізації визначили нові умови для формування конкурентоспроможності національних ринків, окремих компаній на рівні транснаціональних елементів або локальних підприємств, формування

системи спілкування: обміну інформацією, обміну досвідом, продажів, презентації та просуванню, розвитку інтелектуального та кадрового потенціалу тощо. Із переходом від індустріального до постіндустріального суспільства кількість комунікацій в системі бізнесу значно зросла. Наприклад, сфера послуг є однією із сфер, де найбільше використовується комунікацій: із потенційними споживачами, покупцями, партнерами, конкурентами, підрядними організаціями тощо. Налагодження ефективних комунікацій стало «must have» для розвитку сучасного бізнесу.

З урахуванням розвитку інформаційних технологій доцільно говорити, що впровадження інновацій у системи ефективних комунікацій є невід'ємною частиною сучасного бізнесу. Доцільно визначити сучасні тренди ефективних комунікацій, що було групуванні у процесі проведення дослідження:

- розвиток системи комунікацій призвів до формування ефективних підходів до підготовки виступів, проголошення доповідей, проведення співбесід, ведення переговорів, вирішення спорів, уникнення маніпуляцій та інших видів процесів обміну інформацією між людьми, що перетворило комунікації на справжню науково-дослідницьку систему,

- розвиток інноваційних технологій передбачає формування нових умов ведення комунікацій, наприклад, дистанційні системи навчання, відділена робота на умовах фрілансу, проведення онлайн нарад, що, відповідно, вимагають нових методів застосування ефективних комунікацій,

- інформаційні технології все більше поглинають усі суспільні процеси, кількість Інтернет-користувачів та користувачів соціальних мереж із кожним роком зростає, що визначає додаткові умови комунікацій у соціальних мережах та на Інтернет-платформах,

- переведення більшості процесів у онлайн формат дозволяє працювати із новими типами комунікацій: месенджерами, переписками в Інтернеті, відгуками на сайтах, голковими повідомленнями тощо,

- у світі стає дедалі менше живого спілкування і дедалі більше онлайн спілкування, що має ряд переваг (можливість швидко та економічно вирішувати більшість питання без необхідності подолання відстаней, можливості зафіксувати результати комунікації, які можуть бути використані при необхідності перевірки інформації чи знаходження місця, де комунікація була нераціональною), серед негативних моментів – відсутність емоцій, психологічні аспекти, відчуття самотності, складності розуміння тощо.

Аналіз трендів розвитку комунікацій свідчить, що базовим трендом є перехід на відділені онлайн системи комунікації. Особливо активно перехід до онлайн комунікацій проводився у період пандемії. Ряд бізнесменів навіть висловили думки, що можливий перехід операційних процесів, які безпосередньо не пов'язані із виробництвом до віддаленого формату. Для сфери послуг такий перехід є неможливим у зв'язку із однією із основних характеристик галузі – неможливістю надати послугу віддалено, надання послуги у місці її формування.

Якщо тенденції застосування інформаційних технологій вже давно стали базовими факторами впливу на комунікації, то проблеми віддаленого спілкування в умовах певних обмежень ще не є достатньо вивченими. Зокрема, важко сказати про наслідки таких впливів на психічний та психологічний стан людини, адже люди є істотами соціальними і спілкування є базовою потребою людини. Відповідно, обмеження у спілкуванні через певні зовнішні фактори може бути великим стресом та каталізатором психологічних і навіть психічних відхилень.

Розвиток сфери послуг може стати одним із елементів попередження таких наслідків, оскільки саме відпочинок, цікаве проведення дозвілля, зустрічі із близькими людьми, міжособистісні комунікації є одними із запитів людей, які споживають послуги туризму та готельного господарства. Шляхом проведення аналізу було визначено механізми інноваційного розвитку комунікаційних систем сфери послуг, а також їх переваги та недоліки. Результати дослідження представлені у рис. 1

туризм	готельне господарство	ресторанне господарство
<ul style="list-style-type: none"> • Онлайн системи бронювання турів, • Ведення туристичних блогів • Презентаційно-іміджеві комунікації • Особисті комунікації у процесі продажу 	<ul style="list-style-type: none"> • Онлайн системи бронювання засобів розміщення • Комунікації із побутових та організаційних питань • Інформатизація простору проживання гостя 	<ul style="list-style-type: none"> • Розвиток служб замовлення та доставки • Інформатизація процесів організації праці та • Безпосередні комунікації із гостями при замовленні, споживання, фідбеки

Рис. 1. Елементи інноваційного забезпечення комунікацій сфери послуг

Проаналізувавши інноваційні підходи до впровадження систем комунікації можна визначити наступні переваги та недоліки. Онлайн системи бронювання допомагають зробити комунікації більш мобільними та розповсюдити послуги без географічних обмежень. Проте, онлайн бронювання

іноді можуть призводити до певних непорозумінь щодо особливих умов бронювання, які, наприклад, не проговорюються окремо як при усній бесіді із адміністратором. Ці умови можуть бути розміщені на сайті бронювання, проте гість може не звернути на них увагу, хоча при вільному доступі до інформації це неухважність буде провинною самого гостя, проте у нього може залишитися негативне враження про заклад або поїздки.

Презентаційно-іміджеві заходи, які сьогодні дуже часто переносяться у соціальні мережі через ведення блогів, мають важливе маркетингове значення. Сьогодні не достатньо лише приділяти увагу якості обслуговування, споживачеві варто показати переваги компанії та схилити його до рішення здійснити покупку саме у цій компанії. Отже, формування спеціалізованих блогів, запуск Інтернет-реклами та інші види презентаційно-іміджевих заходів в умовах застосування інформаційних технологій роблять систему більш мобільною, доступною для споживачів, незважаючи на кодони та гнучкою.

Окремими видами комунікацій, які можна автоматизувати чи цифровізувати лише частково виступають особисті комунікації при пролажу турів, вирішення побутових та організаційних проблем гостей закладу розміщення, комунікації персоналу ресторанного закладу із гостем. Ці комунікації, в теорії, можуть бути повністю діджиталізовані, проте, саме живе спілкування, організація сервісної діяльності, рівень підготовки персоналу та готовність до вирішення складних завдань та запитів гостей, визначають рівень закладу сфери обслуговування, емоції споживача після отримання послуги. Такі особисті комунікації не лише дозволяють уточнювати певну інформацію, акцентувати увагу на тих чи інших даних, вони говорять про ступінь уваги до самого гостя, його важливість для всього персоналу компанії чи закладу сфери послуг. Відповідно, особисті комунікації є і на сьогодні залишаються важливим аспектом розвитку сфери обслуговування. Доцільно виділити як окрему специфічну характеристику той факт, що у сфері обслуговування, зокрема туризмі та готельно-ресторанному господарстві, якість, оперативність, міжособистісних комунікацій є основою формування лояльного ставлення споживачів до тієї чи іншої послуги, до того чи іншого бренду.

Отже, важливо визначити, що в умовах активних процесів діджиталізації та розвитку інновацій у системі інформаційних технологій, специфіка сфери туризму та готельного господарства все одно залишає місце міжособистісним комунікаціям, які є проявом поваги, уваги та якісного сервісу для клієнтів.

Висновки та пропозиції подальших досліджень

Таким чином, у ході проведеного дослідження шляхом аналізу ретроспективного розвитку процесів налагодження ефективних комунікацій та визначення сучасних трендів та тенденцій, було виділено роль інформаційних інноваційних систем у процесах забезпечення ефективних комунікацій. Зазначається, що у сфері послуг із врахуванням її специфіки доцільно розглядати комбінування міжособистісного спілкування та застосування інноваційних інформаційних технологій, що забезпечить надання якісного сервісу та формування лояльності споживачів.

Література

1. Чекитуріна В. М. Бізнес-комунікації в системі соціальних комунікацій / В. М. Чекитуріна // *International Academic Conference "The development of university education in the postmodern period: current trends of the intercultural communication and teaching methods in the context of socio-cultural transformations and blended learning"* (March 10-13, 2021): Set of abstracts of conference participants. Edited by Sofiia Sokolova. Józefów: Alcide De Gasperi University of Euroregional Economy, 2021. – С. 78–80.
2. Василевська Н. Візуалізація як засіб самопрезентації в соціальних медіа (теоретичний аспект дослідження). / Н. Василевська // *Вісник Львівського університету. Серія соціологічна*. 2016. Вип. 10. - С. 208–218.
3. Триняк М. В. До питання про рівні інтеркультурної комунікації в освіті / М. В. Триняк // *Історія та філософія освіти в незалежній Україні: контрверзи сучасного наукового пізнання [Електронне наукове видання] : зб. тез Всеукр. наук.-практ. конф. з міжнар. участю, Київ, 8 черв. 2021 р. / Ін-т педагогіки НАПН України ; [редкол.: О. М. Топузов та ін.]. – Київ : Пед. думка, 2021. – С. 56–58*
4. Topcu, B.A. and Sarigül, S.S. (2022), "Digital Conflicts in Service", Özşungur, F. (Ed.) *Conflict Management in Digital Business*, Emerald Publishing Limited, Bingley, pp. 63-84. <https://doi.org/10.1108/978-1-80262-773-220221005>
5. Gonzalez, R., Gasco, J. and Llopis, J. (2022), "Information and communication technologies in food services and restaurants: a systematic review", *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, Vol. 34 No. 4, pp. 1423-1447. <https://doi.org/10.1108/IJCHM-05-2021-0624>
6. Vardari, L., Bytyqi, Q. and Lumi, A. (2022), "The Impact of Information Technologies on Business During the COVID-19 Pandemic Outbreak", Grima, S., Özen, E. and Romānova, I. (Ed.) *Managing Risk and Decision Making in Times of Economic Distress, Part B (Contemporary Studies in Economic and Financial Analysis, Vol. 108B)*, Emerald Publishing Limited, Bingley, pp. 143-158. <https://doi.org/10.1108/S1569-37592022000108B038>
7. Січкаренко, Г. МАСОВІ КОМУНІКАЦІЇ: ПРОБЛЕМИ МІЖДИСЦИПЛІНАРНОГО ПІДХОДУ У ВИЩІЙ ОСВІТІ. / Г. Січкаренко // «Society. Document. Communication». «Соціум. Документ. Комунікація», (11). – 2021. - С. 368-385. <https://doi.org/10.31470/2518-7600-2021-11-368-385>
8. Компанцева Л. Масові комунікації в міждисциплінарній парадигмі: державна безпека, соціальні комунікації, психолінгвістика. [Електронний ресурс] / Л. Компанцева // *Психолінгвістика. Психолінгвістика. Psycholinguistics*.

2016. Вип. 20 (2). – С. 63-76. Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/psling_2016_20%282%29__8
 9. Сусол А. Б. Дизайн-проект візуальних комунікацій : кваліфікаційний проект ; керівник - кандидат пед. наук, доцент А. А. Марченко. Кривий Ріг : КДПУ, 2022. 51 с.

References

1. Chekshturina V. M. (2021) Biznes-komunikatsii v systemi sotsialnykh komunikatsii. *International Academic Conference "The development of university education in the postmodern period: current trends of the intercultural communication and teaching methods in the context of socio-cultural transformations and blended learning"* (March 10-13, 2021): Set of abstracts of conference participants. Edited by Sofiia Sokolova. Józefów: Alcide De Gasperi University of Euroregional Economy, 78–80.
2. Vasylevska N. (2016) Vizualizatsiia yak zasib samoprezentatsii v sotsialnykh media (teoretychnyi aspekt doslidzhennia). *Visnyk Lvivskoho universytetu. Seriiia sotsiologichna*, 10, 208–218.
3. Tryniak M. V. (2021) Do pytannia pro rivni interkulturnoi komunikatsii v osviti. *Istoriia ta filosofiiia osvity v nezalezhnii Ukraini: kontroverzy suchasnoho naukovoho piznannia* [Elektronne naukove vydannia] : zb. tez Vseukr. nauk.-prakt. konf. z mizhnar. uchastiu, Kyiv, 8 cherv. 2021 r. / In-t pedahohiky NAPN Ukrainy ; [redkol.: O. M. Topuzov ta in.]. – Kyiv : Ped. dumka, 56–58.
4. Topcu, B.A. and Sarigül, S.S. (2022), "Digital Conflicts in Service", Özşungur, F. (Ed.) *Conflict Management in Digital Business*, Emerald Publishing Limited, Bingley, 63-84. <https://doi.org/10.1108/978-1-80262-773-220221005>
5. Gonzalez, R., Gasco, J. and Llopis, J. (2022), "Information and communication technologies in food services and restaurants: a systematic review", *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, Vol. 34 No. 4, pp. 1423-1447. <https://doi.org/10.1108/IJCHM-05-2021-0624>
6. Vardari, L., Bytyqi, Q. and Lumi, A. (2022), "The Impact of Information Technologies on Business During the COVID-19 Pandemic Outbreak", Grima, S., Özen, E. and Romānova, I. (Ed.) *Managing Risk and Decision Making in Times of Economic Distress, Part B (Contemporary Studies in Economic and Financial Analysis, Vol. 108B)*, Emerald Publishing Limited, Bingley, pp. 143-158. <https://doi.org/10.1108/S1569-37592022000108B038>
7. Sichkarenko, H. (2021). MASOVI KOMUNIKATsII: PROBLEMI MIZhDYSTsYPLINARNOHO PIDKHOHU U VYShhII OSVITI. «Society. Document. Communication». «Sotsium. Dokument. Komunikatsiia», (11), 368-385. <https://doi.org/10.31470/2518-7600-2021-11-368-385>
8. Kompantseva L. (2016) Masovi komunikatsii v mizhdystsyplyinarii paradyhmi: derzhavna bezpeka, sotsialni komunikatsii, psykhohinhvistyka. *Psykhohinhvistyka. Psykhohinhvistyka. Psycholinguistics*. Vyp. 20 (2). Retrieved from: http://nbuv.gov.ua/UJRN/psling_2016_20%282%29__8
9. Susol A. B. (2022) Dyzain-proiekt vizualnykh komunikatsii : kvalifikatsiinyi proiekt ; kerivnyk - kandydat ped. nauk, dotsent A. A. Marchenko. Kryvyi Rih : KDPU, 51 s.

Рецензент: доктор економічних наук, професор, професор кафедри Земельного адміністрування і геоінформаційних систем, директор ННІ Будівництва та цивільної інженерії К.А. Мамонов, Харківський національний університет міського господарства імені О.М. Бекетова, Україна

Автор: УГОДНІКОВА Олена Ігорівна
кандидат економічних наук, доцент кафедри
туризму та готельного господарства
Харківський національний університет міського
господарства імені О.М. Бекетова
E – mail - Uhodnikova.Olena@kname.edu.ua
ID ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-2218-0041>

Автор: СОКОЛЕНКО Анна Сергіївна
кандидат економічних наук, доцент кафедри
туризму та готельного господарства
Харківський національний університет міського
господарства імені О.М. Бекетова
E – mail - sokolenko1802@gmail.com
ID ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-9271-7118>

Автор: РЯБСВ Антон Анатолійович
кандидат економічних наук, доцент кафедри
туризму та готельного господарства
Харківський національний університет міського
господарства імені О.М. Бекетова
E – mail - anton.ryabev@gmail.com
ID ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-2220-3282>

Автор: АБРАМОВ Валерій Володимирович
доцент кафедри туризму та готельного
господарства
Харківський національний університет міського
господарства імені О.М. Бекетова
E – mail - imandra67@ukr.net
ID ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-6954-8205>

Автор: ПОКОЛОДНА Марія Миколаївна
кандидат географічних наук, доцент кафедри
туризму та готельного господарства
Харківський національний університет міського
господарства імені О.М. Бекетова
E – mail - mari.pokolodna@ukr.net
ID ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-1170-0881>

Автор: КРАВЦОВА Софія Віталіївна
Старший викладач кафедри туризму та готельного
господарства
Харківський національний університет міського
господарства імені О.М. Бекетова
E – mail - softya270475@gmail.com

Автор: ШЕВЧЕНКО Владислав Юрійович
Магістрант кафедри туризму та готельного
господарства
Харківський національний університет міського
господарства імені О.М. Бекетова
E – mail – vladyslav.shevchenko@kname.edu.ua

Автор: МІРОШНІЧЕНКО Юлія Олександрівна
Магістрант кафедри туризму та готельного
господарства
Харківський національний університет міського
господарства імені О.М. Бекетова
E – mail – yuliya.miroshnichenko@kname.edu.ua

INNOVATIVE APPROACHES TO THE MANAGEMENT OF EFFECTIVE COMMUNICATIONS IN TOURISM AND THE HOTEL AND RESTAURANT INDUSTRY

O. Uhodnikova, A. Sokolenko, A. Ryabev, V. Abramov, M. Pokolodna, S. Kravtsova, V. Shevchenko,
Yu. Miroshnichenko

O.M. Beketov National University of Urban Economy in Kharkiv, Ukraine

The development of information technologies requires great attention of managers to the formation of information support and the promotion of goods and services to the market. The industry of tourism and hotel industry is developing in conditions of significant competition. Therefore, taking into account the relevance of the issue, the article considers innovative mechanisms for building effective management systems in tourism and the hotel and restaurant industry through the use of digital technologies. The purpose of the study is to develop ways of implementing innovative mechanisms for ensuring effective communications in the system of development of enterprises in the field of tourism and hotel and restaurant industry. a retrospective analysis of communication systems was carried out. The article is devoted to the definition of innovative technologies for the development of the communications system in different historical periods. The article defines modern trends in the innovative application of communication technologies and the latest communication systems. As a result of the study, the role of innovations in the formation of effective communications is substantiated, taking into account the specifics of the tourism and hotel and restaurant industry. The problems of remote communication under certain limitations have not yet been sufficiently studied. In particular, it is difficult to say about the consequences of such influences on the mental and psychological state of a person, because people are social beings and communication is a basic human need. Analyzing the processes of development of communication systems, it is possible to determine the cause-and-effect relationships of transformation, the influence of social processes on communications and communications on social processes. In the conditions of a competitive environment in the service sector, communication processes ensure high competitiveness of enterprises, provided they are effectively implemented. Therefore, it is appropriate to turn to the issue of finding innovative communication technologies in the system of development of tourism and hotel and restaurant enterprises.

Keywords: digital technologies, innovative technologies, tourism, hotel and restaurant business.