

Управління корпусом адміністраторів є необхідністю задля своєчасного реагування на проблемні питання в офісах та переміщення адміністраторів у ті офіси, де є потреба в їх більшій кількості (наприклад, сезоні отримання послуг, специфіка території).

Отже, у цифровому розвитку України, зокрема у сфері надання послуг, сьогодні помітно значний прогрес. Важливим кроком є утворення спеціальних установ – центрів надання адміністративних послуг – прозорих офісів, що мають територіальну розгалуженість, діяльність яких базується на принципі, за якого в одному приміщенні надаються послуги організаційної єдності, або безпосередньо адміністратором такого центру, надання послуг відбувається згідно стандартів надання публічних послуг, за якими визначають складові якості послуг.

Список використаних джерел

1. Васильєва Н.В. Досвід Естонії у наданні електронних послуг населенню [Електронний ресурс] Н.В. Васильєва. *Державне управління: удосконалення та розвиток* : електр. наук. фах. вид. URL: <http://www.dy.nauka.com.ua/?op=1&z=650>
2. Офіційний сайт міста Саарбрюккен, Німеччина. URL: <http://www.saarbruecken.de/rethaus>
3. Офіційний сайт міста Таллінн Естонія URL: <http://www.tallinn.ee/est/Tallinn-arvudes>

Оболенцева Л. В., доктор економічних наук, професор,
Андрусенко А. В., студентка Навчально-наукового інституту
економіки і менеджменту,
*Харківський національний університет міського господарства
імені О.М. Бекетова, Україна*

ДІДЖИТАЛІЗАЦІЯ ЯК ПОШТОВХ ДЛЯ РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ В ХХІ СТОЛІТТІ

У ХХІ столітті сучасна людина не в змозі уявити свого життя без щоденного використання сучасних технологій, які проникли у всі сфери діяльності суспільства. Цей процес не оминув і галузь туризму, отримавши назву діджиталізація.

Ознайомившись з інформаційними джерелами, ми визначили поняття «діджиталізація» як комплекс заходів та способів переведення даних у цифрову форму [1].

Даний феномен як у світі загалом, так і в Україні зокрема, розглядається у ролі потенційної можливості різних секторів економіки та бізнес-простору закріпити свої позиції та розвинути нові напрямки діяльності у майбутньому.

Що стосується сфери туризму, то цифровізація, або діджиталізація є поштовхом до модернізації та способом адаптування у часи панування

всесвітньої пандемії, яка докорінно змінила концепцію стратегічних завдань та процесів туристського сектору економіки.

У теперішні часи серед новітніх видів туризму виокремлюють віртуальний туризм, який вривається у світовий простір. Віртуальний туризм виражається у діяльності осіб, які використовують сучасні технології та комунікаційні мережі, з метою отримання інформаційних та візуальних матеріалів про конкретне місце, об'єкт, дестинацію, нематеріальну пам'ятку, яка зацікавила «віртуального туриста».

Цей дещо молодий вид туризму виступає доволі перспективним та актуальним способом реалізації туристських послуг, під час якого люди з будь-якого куточку світу мають можливість через засоби цифрового простору «подорожувати» та зосередитися на даних та ресурсах щодо своїх особистих уподобань [2].

Спираючись на дослідження даного напрямку, відзначимо, що віртуальний туризм набув окремих видів в залежності від цілей відвідувань, технологічних та комунікативних джерел (рис. 1).

Даний формат ведення справ та реалізації професійної діяльності став трендом не лише серед представників бізнесу, але й набув значення для органів влади на державному та світовому рівнях.

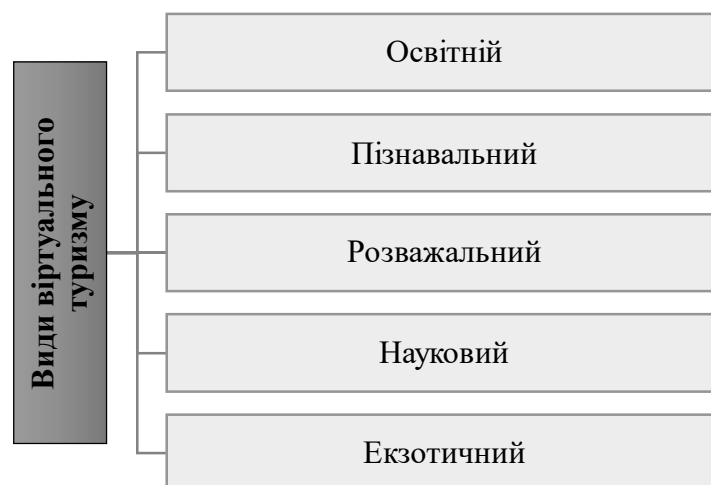


Рис. 1. Види віртуального туризму

Це аргументується через низку тенденцій у розвитку туристської сфери шляхом використання способів діджиталізації, а саме:

- подолання бар'єрів у сфері туризму в умовах пандемії;
- реалізація туристського продукту і, як наслідок, фінансові надходження до бюджету країни;
- налагодження міжнародних зв'язків через технологічні джерела та використання міжнародного досвіду у розвитку та просуванні даного напрямку;
- розробка та впровадження в активний обіг транснаціональних інформаційних джерел та ресурсів;
- переосмислення моделей споживання турпродукту;
- просування мобільних додатків;

- полегшення життя населення через засоби цифрових технологій (під час подорожі);
- оптимізація міської інфраструктури (ID-карти, безготівковий розрахунок тощо) [3].

Отже, беручи до уваги наведені аргументи на користь діджиталізації як рушійної сили у розвитку світової економіки та туристського сектору зокрема, можна зробити висновок, що без цифрових технологій та новаторських модернізацій сучасна індустрія туризму не зможе функціонувати у повну силу, реалізувати свій потенціал серед споживачів та відстояти свою лідируючу позицію серед інших провідних секторів економіки країни.

Список використаних джерел

1. Марусей Т. Діджиталізація туристичного сектору [Електронний ресурс]. URL: http://www.economy.nauka.com.ua/pdf/8_2020/75.pdf
2. Шамликашвили В. А. Виртуальний туризм как новый вид туризма. *Креативная экономика*. 2014. № 10 (94). С. 128-138.
3. Мала І. Навіщо туристичному бізнесу діджиталізація. URL: <https://nv.ua/ukr/biz/experts/navishcho-turistichnomu-biznesu-didzhitalizaciya-2509752.html>

Оболенцева Л. В., доктор економічних наук, професор,
Дудченко М. С., студентка Навчально-наукового інституту
економіки і менеджменту,
*Харківський національний університет міського господарства
імені О. М. Бекетова, Україна*

РОЗВИТОК СИТУАЦІЇ ТА ТРАНСФОРМАЦІЯ РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ ЗА ВСЕСВІТНЬОЇ ПАНДЕМІЇ COVID-19

Ринок ресторанного бізнесу можна віднести до найбільш динамічних ринків в Україні. Через це він відзначається підвищеною чутливістю до економічної ситуації, коливань курсу валют та соціальних чинників. Ресторанний ринок України є яскравим прикладом динаміки розвитку цього виду економічної діяльності.

Одним з чинників, який мав найбільший вплив на ресторанний ринок у 2020 році, є введення режиму карантину через поширення вірусу COVID-19. Епідеміологічна ситуація в Україні сприяла введенню жорстких карантинних заходів. Перша хвиля жорсткого карантину застала рестораторів у березні 2020 року. Така ситуація спонукала власників кафе, ресторанів та пабів до співпраці з компаніями, які займаються доставкою їжі, або до створення власної доставки. Але через співпрацю з службами доставки заклади майже не заробляли, бо послуги з доставки вартують рестораторам у 40% – саме такий процент коштує користуватися найбільш динамічною та популярною доставкою Raketа. Інші