

УДК 338.48:640.4

Александрова В.В.¹, Шелеметьєва Т.В.²

¹ студ. гр. ГФ-214м НУ «Запорізька політехніка»

² д-р. екон. наук, проф. НУ «Запорізька політехніка»

ОСОБЛИВОСТІ ПРОЯВУ СИНЕРГІЇ В ТУРИЗМІ ТА ГОСТИННОСТІ

Синергія в туризмі та гостинності проявляється у взаємодії різних елементів індустрії, що разом створюють більший ефект, ніж окремо. Синергія – це сумарний ефект, який полягає у тому, що при взаємодії двох або більше факторів їхня дія суттєво переважає ефект кожного окремого компонента у вигляді простої їхньої суми [1].

Серед прикладів цього: розробка нового продукту – коли різні відділи компанії працюють разом для створення нового продукту, вони можуть використовувати свої навички та знання, щоб прискорити процес та отримати найкращий результат; волонтерство – коли люди працюють разом для допомоги нужденним, вони можуть досягти більшої ефективності та збільшити кількість допомоги, яку вони можуть надати; маркетингові кампанії – коли різні маркетингові канали використовуються разом, вони можуть досягти більшої аудиторії та підвищити ефективність кампанії [2].

Синергетичний зв'язок основних компонентів у туризмі та гостинності допомагає підвищити ефективність роботи всіх учасників ринку та створити якісний туристичний продукт (див. рис. 1).



Рисунок 1 – Синергетичний зв'язок основних компонентів

Синергія в індустрії туризму та гостинності базується на взаємодії різних суб'єктів господарювання, таких як туристичні агентства, готелі, ресторани, транспортні компанії, туристичні атракції та інші. Кожен із них має свої унікальні ресурси та можливості, які, використовуючи синергію, можна поєднати для досягнення спільного успіху.

Синергія у туристичному бізнесі й індустрії гостинності досягається і через спільну інвестиційну діяльність. Компанії можуть об'єднуватися для інвестування у будівництво нових готелів, туристичних комплексів, розвитку транспортної інфраструктури й інших проєктів. Це дозволяє знизити ризики і витрати на інвестиції, а також створює нові можливості для розвитку бізнесу [3].

Об'єднання закладів туристичного бізнесу, гостинності та елементи сталого розвитку туризму створюють синергію між цими складовими, що призведе до ведення успішного туристичного бізнесу.

Синергетичний ефект – це результат кооперативної взаємодії усіх елементів, які приводять до зміни її якості, вектора, траєкторії та динаміки її розвитку з максимальною позитивною результативністю.

Під час аналізу синергетичного ефекту для туристичного підприємства враховують такі основні чинники [4]:

- 1) маркетинговий – виокремлення маркетингових відмінностей об'єкта;
- 2) соціологічний – визначення переваг, до яких схильна аудиторія;
- 3) ситуаційний – визначення контексту, в якому відбувається формування синергії;
- 4) комунікативний – забезпечення відповідного інформаційного впливу.

Отже, синергія дозволяє підвищити якість послуг, залучити більше туристів і забезпечити стабільний розвиток туристичної галузі. Завдяки синергетичному ефекту туристи отримують більш якісний, комфортний і персоналізований сервіс.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Синергія. [Електронний ресурс] // Вікіпедія Вільна енциклопедія. – Режим доступу: <https://uk.wikipedia.org/wiki/Синергія> (дата звернення: 2025.03.13). – Назва з екрана.
2. Миронов Ю. Б. Синергія в індустрії туризму та гостинності [Електронний ресурс] / Ю. Б. Миронов. – Режим доступу: <http://journals-lute.lviv.ua/index.php/pidpr-torgi/article/view/1487/1398> (дата звернення: 2025.03.13). – Назва з екрана.
3. Деркач В. Ю. Синергетичні аспекти при визначенні стратегії розвитку туристичної галузі [Електронний ресурс] / В. Ю. Деркач, Т. Ю. Лужанська. – Режим доступу: <http://dspace-s.msu.edu.ua:8080/bitstream/123456789/2208/1/СИНЕРГЕТИЧНІ%20АСПЕКТ%20ПРИ%20ВИЗНАЧЕННІ.pdf> (дата звернення: 2025.03.13). – Назва з екрана.