

DOI: [10.32702/2307-2105-2019.9.43](https://doi.org/10.32702/2307-2105-2019.9.43)

УДК 338

*Н. В. Садова,
Викладач, спеціаліст вищої категорії,
Голова циклової комісії туристичного обслуговування,
Київський державний коледж туризму і Готельного господарства
ORCID: 0000-0002-0083-6399*

ВПЛИВ ЦИФРОВІЗАЦІЇ НА РОЗВИТОК ТУРИСТИЧНОЇ ІНДУСТРІЇ

*Natalia Sadova
Teacher, specialist of the highest category
Head of the cycle commission for tourist services
Kyiv State College of Tourism and Hotel management*

THE IMPACT OF DIGITALIZATION ON THE DEVELOPMENT OF THE TOURIST INDUSTRY

Зазначено, що актуальне значення набувають дослідження напрямків державного регулювання в сфері туризму з урахуванням впливу цифровізації, питань інвестиційної діяльності, пов'язаної з впровадженням цифрових технологій в сферу туризму на національному рівні, формування державної політики фінансування інноваційних туристських проєктів, розробка і реалізація національних проєктів і програм розвитку туризму.

Визначено, що мікрорівень туризму представлений окремими підприємствами туріндустрії. Найбільш актуальними питаннями є дослідження нових форм і методів організації підприємств туріндустрії в умовах цифрової економіки, модифікація ризиків підприємницької діяльності в туризмі з урахуванням цифровізації, вплив цифровізації бізнес-процесів на діяльність підприємств індустрії туризму. Цифровізація економіки призводить до появи нових типів підприємств туріндустрії, в тому числі віртуальних компаній, просторово розподілених мережевих структур та ін. Необхідно не тільки розробляти організації нового типу, а й передбачити створення організаційних екосистем і мереж. Центральну роль в організації цифрового туристського бізнесу буде грати адаптивність, оскільки компанії конкурують в тому, щоб якомога раніше замінити структурну ієрархію мережею команд, що володіють необхідними повноваженнями.

Запропоновано впровадження інноваційних технологій, які кардинально змінюють бізнес-процеси в сфері туризму. До таких нових напрямків цифрового розвитку туризму відносяться технології блокчейн, що реалізують розподілену базу даних, у якій пристрої зберігання даних не підключені до загального сервера. У найближчій перспективі технології блокчейн використовуватимуть онлайн тревел-агентства, метапоіскова системи, GDS, авіакомпанії, що призведе до кардинальної зміни бізнес-процесів в сфері туризму. Інформаційний супровід туристичного бізнесу являє собою сукупність інформаційної бази даних про туристської діяльності і спеціалізованих інформаційних технологій, призначених

для її обробки, які забезпечують ефективне функціонування туристського бізнесу на різних рівнях управління туризмом.

It is noted that research of the directions of state regulation in the sphere of tourism taking into account the influence of digitalization, issues of investment activity connected with introduction of digital technologies in the sphere of tourism at the national level, formation of the state policy of financing of innovative tourism projects, development and implementation of national projects and tourism development programs.

It is determined that the micro-level of tourism is represented by separate enterprises of the tourism industry. The most pressing issues are the study of new forms and methods of organization of tourism enterprises in the digital economy, the modification of the risks of entrepreneurship in tourism, taking into account digitization, the impact of digitalization of business processes on the activities of enterprises of the tourism industry. Digitalization of the economy is leading to the emergence of new types of businesses in the travel industry, including virtual companies, spatially distributed network structures, and more. It is necessary not only to develop new-type organizations, but also to create organizational ecosystems and networks. Adaptability will play a central role in organizing the digital tourism business as companies compete to replace the structural hierarchy as soon as possible with a network of teams that have the necessary authority. The introduction of innovative technologies that dramatically change business processes in the field of tourism is proposed. Such new trends in digital tourism development include blockchain technologies that implement a distributed database in which storage devices are not connected to a shared server. In the short term, blockchain technologies will be used by online travel agencies, meta-search systems, GDS, airlines, which will lead to a radical change of business processes in the field of tourism. Information support for the tourist business is a collection of information database on tourism activities and specialized information technologies intended for its processing, which ensure the effective functioning of the tourism business at different levels of tourism management.

Ключові слова: *цифровізація; туристична індустрія; інноваційні туристські проекти; інноваційні технології; державна політика; державне регулювання; бізнес-процеси; тревел-агентства.*

Keywords: *digitization; tourism industry; innovative tourism projects; innovative technologies; state policy; state regulation; business processes; travel agencies.*

Вступ.

Впровадження цифрових технологій в усі сфери діяльності призводить до глибоких трансформацій бізнес-процесів і, як наслідок, до змін в системах управління туризмом на всіх рівнях. Кардинальні модифікації зазнають багато принципів організації управління в туризмі, які вимагають наукового вивчення. Такі дослідження також необхідні для обґрунтування стратегії і тактики розвитку туризму в умовах цифровізації як на національному рівні, так і на рівні окремих туристських дестинацій.

Вплив цифровізації на туризм слід розглядати на декількох рівнях: мега-, макро-, мезо- і мікрорівні. Мегарівень відповідає рівню міжнародного туризму, який в максимальному ступені відчуває на собі вплив нових цифрових технологій, таких як Big Data, штучного інтелекту, "Інтернету речей" (Internet of Things - IoT), мобільних технологій та ін[1].

У ХХІ столітті діяльність туристичних підприємств не обходиться без використання інформаційних і цифрових технологій. Для того щоб вижити в століття конкуренції, необхідно впроваджувати інноваційні технології. У подібних випадках турагенти і туроператори турпослуг повинні розробляти і використовувати нові види послуг, які не тільки сподобаються туристу, але і будуть унікальними. Для цього з'являється необхідність формування нових споживчих цінностей:

- комплексний сервіс за допомогою розширення асортименту додаткових послуг;
- вдосконалення пост продажного супроводу покупця;
- введення міжнародних стандартів обслуговування.

Говорячи про динамічному пакетування, потрібно відзначити, що воно є універсальним конструктором індивідуальних турів, яке дозволяє за пару хвилин оформити бронь, оплатити послуги і замовити квитки на

сприятливих умовах. Завдяки спеціальними пропозиціями перевізників і готелів, прайс в пакеті туру, як правило, нижче, ніж на послуги, які були заброньовані окремо на сайтах компаній-постачальників.

Аналіз останніх досліджень і публікацій.

Важливість дослідження впливу цифровізації на розвиток сучасної туристичної індустрії зумовила увагу до даної проблеми іноземних і вітчизняних вчених. У наукових дослідженнях знайшли своє відображення такі проблеми й особливості розвитку туризму: передумови виникнення М. Біржаков, М. Мальська, В. Худо. Багатьма вченими аналізується загальний стан туристичної інфраструктури й перспективи її розвитку Ю. Оленічева, Д. Корнева. Проте сьогодні не в достатній мірі досліджуються питання практичних проблем розвитку туристичної галузі, мало уваги приділяється аналізу впливу туристичної галузі на суміжні спрямування.

Тематика впливу процесу цифровізації та цифрових технологій на розвиток підприємств була розглянута багатьма вченими. Різні аспекти цього питання досліджено відомими вченими та економістами, серед яких вагомий внесок зробили Г. Боуман, Марк де Ревер, А. Остервальдер, М. Рахінгер, В. Ворабер, К. Лінц, Г. Мюллер-Стівенс, А. Цімерман та ін. Серед вітчизняних учених можна виокремити В. Апалькову, Г. Чмерук, В.Г. Бодрова, С. Волосович та В. Плєскач, у роботах яких досліджено процеси цифровізації економіки, перспективних галузей економіки та підприємств

Постановка задачі.

Метою статті є визначення впливу цифровізації на розвиток туристичної індустрії та підприємств туристичної галузі.

Результат.

Актуальне значення набувають дослідження напрямків державного регулювання в сфері туризму з урахуванням впливу цифровізації, питань інвестиційної діяльності, пов'язаної з впровадженням цифрових технологій в сферу туризму на національному рівні, формування державної політики фінансування інноваційних туристських проєктів, розробка і реалізація національних проєктів і програм розвитку туризму [2]. З метою вдосконалення управління туризмом на мегарівні необхідна розробка обґрунтованого переліку індикативних показників, які дозволять об'єктивно оцінити вплив цифровізації на туристську діяльність.

Мезорівень туризму відповідає туристським системам на рівні кластерів і дестинацій. Основними питаннями з точки зору управління туризмом є вивчення впливу цифровізації туризму на розвиток та управління регіональними туристичними системами, впливу туристської діяльності на економіку регіону, розробка та управління регіональними туристичними проєктами і програмами тощо В Україні і регіональні програми розвитку туризму базуються на концепції кластерного підходу, при цьому наукове обґрунтування кластерної теорії в сфері туризму вимагає глибокої і всебічної розробки з урахуванням розвитку цифровізації економіки. Особливий інтерес представляє дослідження застосування методів картографічної таксономії при формуванні та управлінні туристськими кластерами і дестинацій [3, с.96]. Цей напрямок наукових досліджень є важливим і перспективним, тому що воно передбачає створення науково обґрунтованої методології формування та управління туристичними кластерами.

В даний час цифрові технології активно впроваджуються в інфраструктуру туризму. Компанія PricewaterhouseCoopers дослідила ступінь готовності великих міст світу до впровадження технологій майбутнього, оцінивши ступінь їх інфраструктурної готовності. У рейтингу готовності найбільших міст світу до впровадження цифрових технологій майбутнього першими йдуть Сінгапур (62% готовності), Лондон (59%), Шанхай (55%), Москва і Нью-Йорк (по 53%) [4, с.67]. Рівень цифровізації культури і туризму оцінювався за наявністю мультифункціональних кіосків і розумних зупинок на вулицях, мобільних додатків для туристів, застосування інноваційних технологій в аеропортах і музеях. Перші місця зайняли Барселона, Сінгапур, Шанхай, Москва.

Мікрорівень туризму представлений окремими підприємствами туристичної індустрії. Найбільш актуальними питаннями є дослідження нових форм і методів організації підприємств туристичної індустрії в умовах цифрової економіки, модифікація ризиків підприємницької діяльності в туризмі з урахуванням цифровізації, вплив цифровізації бізнес-процесів на діяльність підприємств індустрії туризму.

Цифровізація економіки призводить до появи нових типів підприємств туристичної індустрії, в тому числі віртуальних компаній, просторово розподілених мережевих структур та ін. Необхідно не тільки розробляти організації нового типу, а й передбачити створення організаційних екосистем і мереж. Центральну роль в організації цифрового туристського бізнесу буде грати адаптивність, оскільки компанії конкурують в тому, щоб якомога раніше замінити структурну ієрархію мережею команд, що володіють необхідними повноваженнями [5, с.198].

Особливу значимість мають вплив цифровізації на зміну споживчого попиту і поведінки, гарне інформаційний супровід, в якому б містилася вся необхідна для мандрівника інформація. Згідно статистичних даних, що цифрові технології вкрай важливі для туристів як при виборі напрямку подорожі, так і під час нього. При плануванні подорожі 80% українські туристів вивчають відео і фотографії, розміщені в соціальних мережах і стосуються обраної дестинації, 86% під час подорожі вважають головним наявністю мобільного зв'язку, 73% туристів вважають, що електронні посадочні талони і квитки значно спрощують подорож, 75% туристів залишають свої відгуки на оглядових сайтах, 37% туристів необхідний консьєрж-сервіс в смартфоні під час поїздки, 69% хочуть отримувати максимально можливий обсяг інформації про дестинації, в яку вони приїхали; в середньому в подорож туристи використовують 17 різних мобільних додатків [6, с.140].

Актуальними стають питання вивчення впливу інформаційно-комунікаційних технологій на формування і просування туристичних послуг, конкурентоспроможність на всіх рівнях управління туризмом, підвищення продуктивності праці в сфері туризму, що позначається на економічних результатах діяльності підприємств туристичної індустрії.

Особливого значення набуває впровадження інноваційних технологій, які кардинально змінюють бізнес-процеси в сфері туризму. До таких нових напрямків цифрового розвитку туризму відносяться технології блокчейн, що реалізують розподілену базу даних, у якій пристрої зберігання даних не підключені до загального сервера. У найближчій перспективі технології блокчейн використовуватимуть онлайн тревел-агентства, метапоіскова системи, GDS, авіакомпанії, що призведе до кардинальної зміни бізнес-процесів в сфері туризму.

Сучасний рівень розвитку інформаційного супроводу туристичної індустрії має суттєвий вплив на всю сферу туристського бізнесу і всі складові туристського ринку. В умовах інноваційного інформаційно-комунікаційного суспільства змінюється схема взаємодії між усіма суб'єктами туристичного ринку, в тому числі виробниками і споживачами туристських послуг. Інформація стала найважливішим ресурсом, що формує споживчі переваги і визначальним привабливістю як туристичного продукту, так і туристської дестинації [7, с.33].

Відмінною особливістю туристського бізнесу в умовах цифровізації є особлива важливість інформаційної складової, велика кількість і різноманітність інформаційних потоків, яке супроводжується необхідністю постійної актуалізації, високою швидкістю обмінних інформаційних операцій між усіма суб'єктами бізнесу. Інформаційні взаємозв'язки існують між усіма учасниками туристичного ринку. Особливе місце займає інформація, призначена для кінцевих користувачів (туристів), так як саме цей компонент інформаційного супроводу туристської діяльності відіграє ключову роль при визначенні туристської привабливості і виборі туристів. Це обумовлено специфічними рисами туристського продукту і необхідністю надання максимально вичерпної інформації про туристських дестинацій і пропонованих туристських продуктах. Якість інформаційного супроводу туризму представляється найважливішим чинником, який безпосередньо впливає на якість туристичних продуктів і послуг. Багато в чому зміст інформаційного супроводу туристської діяльності визначає імідж туристських дестинацій і формує їх привабливість для туристів.

Сучасний рівень розвитку інформаційного супроводу туристичної індустрії має суттєвий вплив на всю сферу туристського бізнесу і всі складові туристського ринку. В умовах інноваційного інформаційно-комунікаційного суспільства змінюється схема взаємодії між усіма суб'єктами туристичного ринку, в тому числі виробниками і споживачами туристських послуг [8, с.436].

Обмін контентом, думками, досвідом і актуальними медіаданими, пошук не тільки людей зі схожими інтересами, а й самих об'єктів цих інтересів (туризм, спорт та тощо) - основні дії користувачів в соціальних мережах, які поступово призвели до створення і розвитку тематичних груп і співтовариств компаній і брендів.

В умовах широкого розповсюдження цифрових технологій маркетинг в соціальних мережах (SMM, Social Media Marketing) став досить затребуваним інструментом.

В умовах цифровізації розвиток туризму характеризується посиленням конкуренції між усіма учасниками туристичного ринку. Особливого значення набуває інноваційна конкурентоспроможність, яка, зокрема, проявляється в сфері використання сучасних інформаційно-комунікаційних технологій, які в основному визначають основні тренди в розвитку туризму. Так, наприклад, зростання частки самодіяльного туризму в усьому світі пов'язаний саме з появою нових інформаційно-технологічних можливостей, що дозволяють туристам самостійно бронювати туристичні послуги, в тому числі кошти розміщення, квитки на транспорт, прокат автомобілів та ін.

Інформаційний супровід туристичного бізнесу являє собою сукупність інформаційної бази даних про туристської діяльності і спеціалізованих інформаційних технологій, призначених для її обробки, які забезпечують ефективне функціонування туристського бізнесу на різних рівнях управління туризмом.

В умовах цифровізації і глобалізації туристичного ринку зростає роль і значення якості інформаційного обміну між усіма учасниками туристичного ринку. Перш за все це відноситься до інформаційних процесів: турагент - туроператор - приймає туроператор. Для забезпечення конкурентоспроможності туристичного підприємства необхідне створення єдиного інформаційного простору: постачальник - продавець туристського продукту. Якість і актуальність інформаційного супроводу туристського бізнесу безпосередньо впливає на якість наданих туристських послуг, так як будь-яка невідповідність або неточності в отриманій кінцевому користувачеві інформації, наприклад, про засобі розміщення, додаткові послуги може негативно позначитися на тих враженнях і туристському досвіді, які отримує турист. Крім того, в сучасних умовах якість туристичного продукту визначається не тільки якістю наданих основних послуг, але і наявністю і рівнем інформаційно-комунікаційного супроводу.

В даний час саме інформаційний супровід бізнесу розглядається як стратегічний ресурс розвитку ділової активності і напрямком підвищення конкурентоспроможності в туризмі на всіх рівнях управління (макро-, мезо- і мікрорівні). У туристичному бізнесі використовується ряд інформаційно-комунікаційних технологій, що забезпечують ведення бізнесу за допомогою телеконференцій з рухливих засобів повідомлення, наприклад існує можливість зробити дзвінок в будь-яку частину світу з борту літака.

Використання інформаційних технологій підвищує безпеку і якість туристичних послуг, так як організація, управління і контроль за авіаперевозками реалізуються за допомогою електронних систем, що

допомагають спланувати маршрут і розклад, здійснювати контроль і аналіз проходження польотів, управляти персоналом. У готельних комплексах високий рівень обслуговування неможливо забезпечити без застосування інформаційно-комунікаційних технологій, які реалізують електронне резервування, електронні ключі і інші технології, що сприяють поліпшенню якості обслуговування і одночасно дозволяють оптимізувати чисельність персоналу. Мережеві інформаційні технології є актуальне і перспективний напрям розвитку інформаційного супроводу. Вони забезпечують обмін інформацією між окремими користувачами інформаційно-обчислювальних систем, можливість спільного використання розподілених інформаційних ресурсів, отримання довідкової, документальної та іншої інформації з різного роду спеціалізованих інформаційних фондів.

Висновки.

За останні роки сучасна індустрія туризму зазнала дуже серйозні зміни, зумовлені розвитком і впровадженням нових інформаційних систем і технологій в сферу туризму. Успішне функціонування будь-якої компанії на ринку туристського бізнесу практично немислимо без використання сучасних інформаційних технологій. Специфіка формування і реалізації туристичного продукту вимагає таких інформаційних систем, які в найкоротші терміни надавали б відомості про доступність транспортних засобів, можливості розміщення туристів, передбачали швидке резервування і бронювання місць, оформлення квитків, рахунків, забезпечення розрахункової і довідковою інформацією та ін. Крім того, інформаційні технології є необхідним атрибутом гарантії якості наданих туристу послуг, так як кінцеві користувачі пред'являють досить високі вимоги до інформаційного супроводу одержуваної послуги, зокрема, постійний і надійний вихід в Інтернет, наявність різноманітних мобільних додатків по туризму і т.д. Це можна досягти за умови широкого використання в туризмі сучасних комп'ютерних технологій обробки і передачі інформації.

В даний час спостерігається електронне наступ на традиційний туристський бізнес. Електронні туристські офіси дозволяють будь-якому власникові кредитної картки придбати тур, забронювати місце на літак або в готелі, придбати квитки на видовищні заходи і замовити напрокат автомобіль в будь-якій точці земної кулі. Таким чином, комп'ютерні технології спровокували створення і застосування принципово нових електронних маркетингових каналів просування і збуту турпродукту.

Таким чином, вплив цифровізації позначається на зростанні конкуренції в туризмі, прискоренні глобалізації, зміні споживчої поведінки туристів.

Література.

1. Про схвалення Концепції розвитку цифрової економіки та суспільства України на 2018—2020 роки та затвердження плану заходів щодо її реалізації : Розпорядження КМУ від 17 січня 2018 р. № 67-р. — Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/67-2018-%D1%80>
2. Цифрова адженда України — 2020 ("Цифровий порядок денний" — 2020) Концептуальні засади (версія 1.0) Першочергові сфери, ініціативи, проекти "цифровізації" України до 2020 року [Електронний ресурс]. — К.: ГС "Хай-тек офіс Україна", 2016. — 90 с. — Режим доступу: <https://ucci.org.ua/uploads/files/58e78ee3c3922.pdf>
3. Кальченко О.М. Оцінка впливу факторів розвитку підприємств туристичної сфери / О.М. Кальченко // Науковий вісник ЧДІЕУ. — 2013. — №3 (19). — С. 94-101.
4. Кармелюк Г. Економіко-математичне моделювання туристичної галузі України / Г. Кармелюк // Галицький економічний вісник. — 2012. — №2 (35). — С. 62-70.
5. Лендел М.А. Проблеми та перспективи розвитку рекреаційно-туристичної сфери України та її регіонів / М.А. Лендел // Науковий вісник Ужгородського університету. Серія —Економіка. — 2013. — Вип. 1 (38). — С.196- 199.
6. Папп В.В. Вплив індустрії туризму на соціально-економічний розвиток регіону (на прикладі Закарпатської області) / В.В. Папп // Сталій розвиток економіки. — 2015. — №3 [28]. — С. 138-146.
7. Стратегічний розвиток туристичного бізнесу: монографія / Т.І. Ткаченко, С.В. Мельниченко, М.Г. Бойко та ін.; за заг. ред. А.А. Мазаракі. — К.: Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2010. — 596 с.
8. Mehdi Khosrow-Pour. Encyclopedia of Information Science and Technology, Fourth Edition (10 Volumes). IGI Global, June, 2017. — 8104 p.

References.

1. Cabinet of Ministers of Ukraine (2018), "About the conceptualization of the development of the digital economy for Ukraine and Ukraine for 2018-2020 and the hardening of the plan for entry into the project", available at: <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/67-2018-%D1%80> (Accessed 05 September 2019).
2. High-Tech Office Ukraine (2016), "Digital Adzhenda of Ukraine — 2020. Conceptual foundations. Priority areas, initiatives, projects of "digitalization" of Ukraine by 2020", available at: <https://ucci.org.ua/uploads/files/58e78ee3c3922.pdf> (Accessed 05 September 2019).
3. Kalchenko, O.N. (2013), "The assessment of the influence factors on the development of the tourist sphere", *Naukovyi visnyk ChDIEU*, vol.3 (19), pp.94-101.
4. Karmeliuk, H. (2012), "Economic and mathematical modeling of the tourism industry of Ukraine", *Halyts'kyj ekonomichnyj visnyk*, vol.2 (35), pp. 62-70.
5. Lendiel, M.A. (2013), "Problems and prospects of development of recreational and tourist sphere of Ukraine and its regions", *Naukovyj visnyk Uzhhorods'koho universytetu. Seriiia —Ekononika*, vol. 1 (38), pp.196- 199.

6. Papp, V.V. (2015), "Influence of the tourism industry on the socio-economic development of the region (for example, Transcarpathian region)", *Stalyj rozvytok ekonomiky*, vol.3 [28], pp. 138-146.
7. Tkachenko, T.I. Mel'nychenko, S.V. Bojko M.H. (2010), *Stratehichnyj rozvytok turystychnoho biznesu* [Strategic development of tourism business], Kyiv. nats. torh.-ekon. un-t, Kyiv, Ukraine.
8. Khosrow-Pour, M. (2017), *Encyclopedia of Information Science and Technology*, Fourth Edition (10 Volumes), IGI Global, Hershey PA, USA.

Стаття надійшла до редакції 20.09.2019 р.