

Є. В. Козловський,
к. держ. упр., доцент, доцент кафедри готельно-ресторанного і туристичного бізнесу,
Київський національний університет культури і мистецтв, м. Київ
ORCID ID: 0000-0002-0878-6170

О. Ю. Кузьмич,
магістрант кафедри готельно-ресторанного і туристичного бізнесу,
Київський національний університет культури і мистецтв, м. Київ
ORCID ID: 0000-0002-1246-3040

А. О. Шковира,
магістрант кафедри готельно-ресторанного і туристичного бізнесу,
Київський національний університет культури і мистецтв, м. Київ
ORCID ID: 0000-0002-5973-0302

Д. С. Фещук,
магістрант кафедри готельно-ресторанного і туристичного бізнесу,
Київський національний університет культури і мистецтв, м. Київ
ORCID ID: 0000-0002-2705-0597

DOI: 10.32702/2306-6814.2021.22.68

ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ ІНДУСТРІЇ ТУРИЗМУ В УМОВАХ ЦИФРОВОЇ ЕКОНОМІКИ

Ye. Kozlovskiy,
PhD in Public Administration, Associate Professor, Associate Professor of the Department of Hotel-Restaurant and Tourism Business, Kyiv National University of Culture and Arts, Kyiv
O. Kuzmych,
Master's student of the Department of Hotel-Restaurant and Tourism Business,
Kyiv National University of Culture and Arts, Kyiv
A. Shkovyra,
Master's student of the Department of Hotel-Restaurant and Tourism Business,
Kyiv National University of Culture and Arts, Kyiv
D. Feschuk,
Master's student of the Department of Hotel-Restaurant and Tourism Business,
Kyiv National University of Culture and Arts, Kyiv

TRENDS OF DEVELOPMENT THE TOURISM INDUSTRY IN A DIGITAL ECONOMY

У статті здійснюється спроба довести, що розвиток цифрової економіки кардинально змінює модель функціонування більшості видів економічної діяльності, зокрема і сфери туризму. Наголошується, що цифрова економіка є унікальним типом господарювання, при якому найважливішим ресурсом у сфері виробництва, розподілу, обміну та споживання є цифрова інформація та відповідні методи управління даними. Визначено, що інформаційний простір індустрії туризму формує інформаційну взаємодію всіх учасників сучасного ринку, включаючи туроператорські та турагентські компанії, засоби розміщення, транспортні компанії, а також самих туристів. Встановлено, що до новітніх цифрових технологій, які виступають в якості платформи для цифрової економіки, відносяться: технології великих даних, хмарні послуги, Інтернет речей, блокчейн-технології, нейромережі, розумні технології, технології визначення місцезнаходження, мобільні пристрої, інтелектуальні датчики та ін. Виявлено що, іноземні туристичні

компанії активно та результативно провадять діджиталізацію своєї діяльності, отримуючи значні грошові доходи. Отже, у найближчій перспективі більшість галузей світової економіки зазнаватимуть серйозних перетворень у зв'язку зі зміною бізнес-моделей, викликаних впровадженням цифрових інновацій.

The article attempts to prove that the development of the digital economy radically changes the model of functioning the most types of economic activity, including tourism. The use of digitization tools makes it possible in real time to choose a travel company or hotel, find the necessary information about the tourist product, compare prices for services, make a purchase and more. It is emphasized that the digital economy is a unique type of management, in which the most important resource in production, distribution, exchange and consumption is digital information and appropriate methods of data management. In the digital economy the new requirements for the information and communication environment, information systems and services are formed. The creation of a single information space is carried out taking into account the needs of citizens and society in the process of obtaining quality and reliable information focused on the social and economic spheres. It is determined that the information space of the tourism industry forms the information interaction of all participants of the modern market, including tour operators and travel agencies, accommodation facilities, transport companies, as well as tourists themselves. The main components of the data space are information resources, means of information interaction and information infrastructure. It is established that the latest digital technologies that act as a platform for the digital economy include: big data technologies, cloud services, internet of things, blockchain technologies, neural networks, smart technologies, location technologies, mobile devices, smart sensors and others. It was found that foreign travel companies are aggressively and effectively digitizing their activities, receiving significant money income. Most countries, which economies are largely dependent on foreign exchange earnings from tourism, have begun a digital transformation at the government level. Thus, in the near future, most sectors of the world economy will undergo major transformations due to changes in business models caused by the introduction of digital innovations.

Ключові слова: цифрова економіка, індустрія туризму, інформаційні ресурси, розумні технології, цифрові сервіси.

Key words: digital economy, tourism industry, information resources, smart technologies, digital services.

ПОСТАНОВКА ПРОБЛЕМИ

Розвиток цифрової економіки кардинально змінює модель функціонування більшості видів економічної діяльності, зокрема і сфери туризму. Цифрова економіка за своєю природою не є окремим видом діяльності, навпаки, вона створює основу для розвитку системи ефективного функціонування економіки, соціальної сфери, бізнесу та суспільства. Цифрова трансформація спрямована на вирішення питань національної безпеки, конкурентоспроможності вітчизняних компаній на світовій арені.

Туризм відображається майже на всіх сферах діяльності сучасного суспільства, зокрема на економічній, культурній та соціальній сферах держави. Великий стимулюючий ефект він здійснює на основні галузі економіки, змушуючи їх активно перебудовуватися, впроваджувати нові технології, брати активну участь у постійно зростаючій конкуренції на світовому ринку та сприяти надходженню інвестицій.

Туристичну індустрію слід вважати комплексною галуззю, що ґрунтується на інтегрованому використанні економічного, культурного та природного потенціалу країни. Впровадження цифрових технологій в туристичній індустрії у повсякденне життя та формування

нових професійних компетенцій створюють проблемне поле, що актуалізує необхідність глибокого вивчення та розуміння цих процесів.

АНАЛІЗ ОСТАННІХ ДОСЛІДЖЕНЬ ПУБЛІКАЦІЙ

Проблеми використання цифрових технологій у туристичній діяльності розглядали у своїх наукових працях українські дослідники Д.І. Басюк, В.Я. Брич, Н.В. Корж, С.В. Мельниченко, Т.І. Ткаченко, Г.І. Михайліченко та інші. Одночасно питання діджиталізації туризму потребують подальшого вивчення та наукового обґрунтування, оскільки одним з головних рушіїв цифрової трансформації є конкурентний тиск з боку туристичних ринків сусідніх держав, що спонукає до пошуку нових можливостей для підвищення ефективності туристичної діяльності в Україні.

МЕТА СТАТТІ

Мета статті — виявлення тенденцій розвитку туристичної індустрії, що базуються на застосуванні цифрових технологій, а також визначення стратегічних векторів перетворень у цій галузі на тлі кризових явищ в економіці та глобального тренду діджиталізації.

ВИКЛАД ОСНОВНОГО МАТЕРІАЛУ

В останні десятиліття вивчення проблеми впровадження цифрових технологій у різні сфери життя та виробництва набули широкого висвітлення в науковій літературі. Автором відомого наряду став у 1995 році професор Массачусетського інституту технологій Н. Негропonte. Основа його дослідження — протиставлення традиційної та цифрової економіки в процесі інтенсивного розвитку інформаційно-комунікаційних технологій [6].

Для цифрової економіки характерним є перехід від третьої промислової революції до четвертої індустріальної революції. Цифрова економіка відображає радикальні зміни другої половини ХХ-го століття, які стали можливими в результаті розвитку цифрових обчислювальних та комунікаційних технологій. Термін "цифрова економіка" не лише адаптувався до сучасних реалій, але й утворив дослідницький і технологічний мейнстрім. Наразі можна говорити про існування принаймні двох підходів до розуміння цього поняття.

Перший підхід передбачає, що цифрова економіка — це економіка, заснована на застосуванні цифрових технологій. Така інтерпретація цифрової економіки визначає її як частину економіки, по суті зведеної до галузі електронних товарів і послуг. Прикладами такого підходу можуть бути телемедицина або дистанційне навчання. Другий підхід визначає цифрову економіку як усе економічне виробництво та споживання, пов'язане з використанням цифрових технологій. Можна бачити, що таке розуміння є розширеним, оскільки залучає до своєї орбіти не лише бізнес-процеси, що вузько розуміються, але й так звані Інтернет речей, Індустрію 4.0, мережі зв'язку п'ятого покоління та інші інноваційні явища.

В останні роки ці підходи були доповнені у зв'язку з тим, що багато галузей, зокрема і зарахованих до реального сектору, зазнають серйозної цифрової трансформації. Особливо актуальними є процеси цифровізації для сфери обслуговування. Торгові та транспортні компанії, підприємства індустрії туризму та гостинності, ресторанного господарства отримали можливість розширити цільову аудиторію, покращити якість обслуговування, а також розвиватися прискореними темпами. Нині у глобальній цифровій економіці перемога буде здобута тим, у кого буде задіяна більша кількість якісних цифрових платформ.

Інформаційне забезпечення туризму є найважливішим фактором його розвитку, що набуває останнім часом особливої значущості в умовах становлення цифрової економіки. Інформаційне забезпечення туристичної індустрії є сукупністю інформаційної бази даних про туристичну діяльність та спеціалізованих інформаційних технологій, призначених для її обробки, які забезпечують ефективне функціонування галузі. Використання інструментів цифровізації дає можливість у режимі реального часу самостійно обрати туристичне підприємство або готель, знайти необхідну інформацію про туристичний продукт, зіставити ціни на послуги, здійснити покупку тощо. Важливо, що доступ до послуг є цілодобовим.

Цифрова економіка є унікальним типом господарювання, при якому найважливішим ресурсом у сфері ви-

робництва, розподілу, обміну та споживання є цифрова інформація та відповідні методи управління даними. Для цифрової економіки характерне привілейоване значення цифрової інформації з усіма іншими елементами виробництва, отже дані у цифровій формі стають ключовим і визначальним факторами виробництва.

Цифрова економіка базується на цифровізації та інтеграції всіх бізнес-процесів, що відбуваються в економічних системах на всіх рівнях, при цьому особливе значення надається інформаційній складовій, що забезпечує доступ до інформації про діяльність економічних систем у режимі реального часу в інтегральній глобальній мережі.

В умовах цифрової економіки формуються нові вимоги до інформаційно-комунікаційного середовища, інформаційних систем і сервісів. Формування єдиного інформаційного простору здійснюється з урахуванням потреб громадян та суспільства в процесі отримання якісних та достовірних відомостей, орієнтованих на соціальну та економічну сфери. Ключовою відмінністю цифрової економіки є те, що інформація розглядається як найважливіший актив, цінність якого постійно зростає.

У туризмі питання формування єдиного інформаційного простору обговорюються вже давно, і органами державного управління туризмом зроблено чимало у цьому напрямі. Сфера туризму зараз цілком орієнтована на активне впровадження цифрових технологій. Багато бізнес-процесів вже перебудовано відповідно до нової парадигми розвитку цифрової економіки, включаючи системи бронювання турів, технології електронної комерції, неодмінно враховуючи ступінь їх проникнення в різні сфери соціально-економічного життя суспільства.

Інформаційний простір індустрії туризму формує інформаційну взаємодію всіх учасників сучасного ринку, включаючи туроператорські та турагентські компанії, засоби розміщення, транспортні компанії, самих туристів тощо. Основними компонентами інформаційного простору є інформаційні ресурси, засоби інформаційної взаємодії та інформаційна інфраструктура.

Розвиток інформаційного середовища стає ключовим чинником сучасної економіки, а рівень розвитку інформаційно-комунікаційних технологій безпосередньо впливає всі аспекти організації туристичного бізнесу. З'являються нові типи організацій, зокрема глобальні інтернет-платформи, віртуальні туристичні компанії, просторово розподілені мережеві туроператорські структури та ін.

Одним із перших етапів цифровізації індустрії туризму була поява туристичних онлайн-сервісів для оренди житла, купівлі авіаквитків, оренди автомобілів, таких як Booking.com, Aviasales, Sixt Rent a Car та ін. За даними дослідження компанії Travelport, зараз лише одна третина мандрівників у європейських країнах вдається до особистого відвідування туристичної організації з метою купівлі туру [8].

До новітніх цифрових технологій, які виступають в якості платформи для цифрової економіки, відносять:

- технології великих даних (Big Data);
- хмарні послуги (Cloud Services);

- Інтернет речей (Internet of Things);
- блокчейн-технології;
- нейромережі (штучний інтелект);
- розумні технології;
- технології визначення місцезнаходження;
- мобільні пристрої;
- інтелектуальні датчики та ін.

Цифрова економіка базується на цифровій інфраструктурі, яка є комплексом технологій та інфраструктурних елементів, що забезпечують обчислювальні, телекомунікаційні, мережеві потреби та працюють на цифровій основі. До цифрової інфраструктури можна віднести комунікаційні мережі, оптоволоконні засоби передачі даних, технології 5G та ін. Одним із елементів цифрової інфраструктури є доступ до широкосмугового Інтернету.

Цифрова економіка активно впроваджується у різні галузі, зокрема технологія штучного інтелекту (нейронні мережі) забезпечує вирішення завдань розпізнавання та прогнозування, які стали основою для інноваційних, орієнтованих на практику технологій. Технологія машинного зору, чи так звана біометрія обличчя, застосовується для ідентифікації особистості у системах безпеки на транспорті.

Інтернет речей поєднує безліч технологій, які через спеціальні датчики забезпечують підключення до Інтернету будь-яких приладів (речей), що дозволяє реалізувати віддалений моніторинг, контроль та керування процесами у реальному часі. Основна мета використання Інтернету речей — задоволення потреб людей та отримання відгуків про такі технології. Системи розумного будинку, світлофори або системи сигналізації у великих містах — ось деякі з найпоширеніших прикладів, які зараз можна зустріти практично у кожній розвиненій країні.

Цифрова економіка багато в чому спрямована на обробку великих даних і технологію блокчейн. Блокчейн (ланцюжок блоків транзакцій) є децентралізованою розподіленою базою даних, головна особливість якої полягає в тому, що вона не вимагає централізованого управління і забезпечує високий рівень безпеки обробки даних.

Технологія блокчейн реалізує самоврядну базу даних, в якій надійність операцій підтримується самими користувачами на основі спеціального математичного алгоритму, який неможливо фальсифікувати. Через те, що для блокчейну властивий високий рівень захисту даних і відсутність контролю з боку єдиного джерела, він може застосовуватися практично в будь-якій сфері діяльності, де необхідні процеси зберігання та обробки великих обсягів різноманітної інформації.

Слід звернути увагу і на новий тренд у розвитку індустрії туризму — Smart-туризм. Напрямок Smart-туризму містить планування туризму на території, впровадження технологій у туристичні враження та надання послуг, ефективне управління ресурсами та здатність реагувати на потреби та особливості поведінки туристів. Smart-туризм є інноваційним простором, забезпеченим передовими технологіями, який є доступним для всіх бажаючих. Він об'єктивно сприяє сталому розвитку території, спрощує взаємодію та інтеграцію середовища

та гостя, підвищує якість послуг для туристів під час відвідування тієї чи іншої дестинації.

Технології Smart-туризму включають:

- інтернет;
- соціальні мережі;
- мобільний зв'язок;
- глобальні дистрибутивні системи;
- програмне забезпечення інфраструктури туризму;
- інтернет маркетинг;
- розумні технології у туризмі (інтернет речей, смарт-карти, нейромаркетинг, цифрові сервіси, геолокація).

Варто зазначити, що іноземні туристичні компанії активно та результативно провадять діджиталізацію своєї діяльності, отримуючи значні грошові доходи. Більшість азіатських країн, економіка яких переважно залежить від валютних надходжень від туризму, почали цифрову трансформацію на державному рівні.

Наприклад, у 2018 році Шрі-Ланка організувала масштабне цифрове промо країни як привабливого туристичного напрямку, завдяки якому планується залучення понад 2,5 млн іноземних туристів [7]. У Індонезії, в якості відповіді на міжнародну експансію відомого інтернет-порталу "Airbnb", запроваджено власну онлайн мережу бронювання гостьових будинків та вілл "Indonesia Travel Exchange" (ITX), яка нараховує понад дві тисячі різних домогосподарств [9].

У світі працюють десятки різноманітних технологічних стартапів у сфері туризму, які прагнуть залучити в туристичну галузь свої оригінальні ідеї та якомога більше подорожуючих. Так, наприклад, камбоджійська онлайн платформа "CamboTicket" через електронні засоби комунікації дозволяє забронювати місце на поїздах, в автобусах та приватних службах таксі одночасно в Лаосі, Таїланді, Камбоджі та В'єтнамі [5].

Для розуміння перспектив розвитку туризму в найближчі десятиліття, необхідно визначити світові тенденції, які впливають на галузь. Насамперед, це старіння населення та зростання доходів у країнах, що розвиваються. Фахівці вважають, що саме ці фактори призведуть до значних зрушень на туристичному ринку. Основну частину туристичного потоку становитимуть представники середнього класу та люди старшого віку, у зв'язку з чим необхідно передбачити такі товари і послуги, які будуть адаптовані для даного сегменту споживачів.

Ще однією важливою тенденцією, що впливатиме на туризм у найближчому майбутньому, є ресурсоефективність. Прагнення скорочення обсягів використаних ресурсів значно змінює індустрію туризму і адаптує її під використання інноваційних технологій: наприклад, розумний будинок, альтернативна енергетика, вторинна переробка матеріалів тощо. Вже сьогодні провідні готельні бренди використовують інтелектуальні автоматизовані системи, які дають змогу значно скоротити витрати за допомогою економії ресурсів, енергії, а також зниження навантаження на співробітників.

Згодом розвиток цифрової економіки кардинально змінюватиме інфраструктурне забезпечення багатьох видів економічної діяльності, зокрема і туризму, посиливши значимість інформаційної складової. У зв'яз-

ку з тим, що цифрова економіка базується на ідеології обробки масивів інформації, то особливу важливість набуде високотехнологічна система для безпечного, надійного, довгострокового зберігання великих обсягів інформації, а також підсистема забезпечення їх безпеки.

Активно розвиватимуться мобільні технології та програми, призначені для мандрівників, які забезпечують виконання широкого функціоналу, зокрема покупку авіаквитків, бронювання готелів, навігацію на місцевості, надання довідкової інформації про туристичні пам'ятки, рейтинги засобів розміщення, ресторанів тощо. Трансформуватиметься інституційна інфраструктура, пов'язана із забезпеченням туристичної діяльності. Цифрова економіка надаватиме можливість створювати нові форми підприємств туристичної індустрії, просторово розподілених мережевих компаній. Істотних змін також зазнає кадрова інфраструктура, що пов'язано з формуванням та розвитком нових інформаційно-комунікаційних компетенцій у працівників туристичної індустрії, які стануть абсолютно необхідними для ефективного виконання функціональних обов'язків.

ВИСНОВКИ

Зараз індустрія туризму вже майже повністю зорієнтувалася на впровадження цифрових технологій, зокрема швидко перебудовуються більшість бізнес-процесів відповідно до нової парадигми розвитку цифрової економіки. В теперішніх умовах формуються нові вимоги до інформаційно-комунікаційного середовища, автоматизованих систем управління та платформ. Формування єдиного інформаційного простору реалізується з урахуванням виникаючих потреб суспільства у отриманні якісних і точних відомостей, орієнтованих на соціальну та економічну сфери.

Впровадження цифрових технологій в індустрії туризму формує основні тенденції розвитку галузі, впливаючи на всі складові частини туристичного продукту у вигляді зниження трансакційних витрат і підвищення інформованості користувачів цифрових сервісів та платформ. Діджиталізація формує передумови підвищення прибутковості туристичної галузі, поступового переходу в онлайн-сферу з відповідною трансформацією фінансових потоків. Тенденції розвитку туристичних інформаційних систем та сервісів вказують на їх зростаючу роль на туристичному ринку.

Таким чином, у найближчій перспективі більшість галузей світової економіки зазнаватимуть серйозних перетворень у зв'язку зі зміною бізнес-моделей, викликаних впровадженням цифрових інновацій. Гравцям ринку туристичних послуг у нових умовах доведеться конкурувати за клієнтів у цифровому просторі. Як інструмент адаптації велику роль відіграватиме перехід в онлайн-середовище та інтеграція у глобальні канали продажів. Провідними компаніями галузі стануть туристичні агенції з повністю налаштованим процесом взаємодії з мандрівником.

Література:

1. Козловський Є.В. Сучасні інформаційно-технологічні можливості управління туристичним підприєм-

ством. Strategic management: global trends and national peculiarities: monograph. Kielce, 2019. С. 580—593.

2. Козловський Є.В. Особливості використання сучасних мультимедійних технологій у туристичній діяльності. Нові медіа в сучасному суспільстві: культурологічний вимір: монографія. Київ, 2017. С. 212—230.

3. Мельниченко С.В. Інформаційні технології у туристичній індустрії: підруч. для студ. вищ. навч. закл. Київ: Київ. нац. торг.-екон. ун-т., 2011. 280 с.

4. Ткаченко Т.І., Козловський Є.В. Вплив глобальних дистрибутивних систем на розвиток сучасного туристичного бізнесу. Економіка та держава. 2018. № 6. С. 56—59.

5. Camboticket. Офіційний сайт. URL: <https://www.camboticket.com> (дата звернення: 10.11.2021).

6. Negroponte N. Being Digital. New York: Alfred A. Knopf, 1995. 272 p.

7. Oxford Business Group. Report Sri Lanka, Tourism: 2018. URL: <https://oxfordbusinessgroup.com/sri-lanka-2018/tourism> (дата звернення: 10.11.2021).

8. Travelport. Офіційний сайт. URL: <https://travelport.ua> (дата звернення: 10.11.2021).

9. V3 — the industry leader in travel exchange technology. Tourism Exchange in Indonesia. URL: <https://www.v3leisure.com/tourism-exchange-indonesia> (дата звернення: 10.11.2021).

References:

1. Kozlovskiy, Ye. V. (2019), "Modern information and technological capabilities of tourism enterprise management", Strategic management: global trends and national peculiarities: monograph, Kielce, Poland.

2. Kozlovskiy, Ye. V. (2017), "Features of implementation of the modern multimedia technologies in tourism", Novi media v suchasnomu suspil'stvi: kul'turolohichnyj vymir: monohrafiia [New media in modern society: cultural dimension: monograph], Kyiv, Ukraine.

3. Melnychenko, S. V. (2011), Informatsijni tekhnologii u turystychnij industrii: pidruchnyk [Information technology in the tourism industry: textbook], Kyiv. nats. torh.-ekon. un-t, Kyiv, Ukraine.

4. Tkachenko, T. I. and Kozlovskiy, Ye. V. (2018), "Influence of global distribution systems on the development of modern tourism business", Ekonomika ta Derzhava, vol. 6, pp. 56—59.

5. Camboticket. Official site (2021), available at: <https://www.camboticket.com> (Accessed 10 November 2021).

6. Negroponte N. (1995), Being Digital, Alfred A. Knopf, New York, USA.

7. Oxford Business Group (2018), "Report Sri Lanka, Tourism", available at: <https://oxfordbusinessgroup.com/sri-lanka-2018/tourism> (Accessed 10 November 2021).

8. Travelport. Official site (2021), available at: <https://travelport.ua> (Accessed 10 November 2021).

9. V3 — the industry leader in travel exchange technology (2021), "Tourism Exchange in Indonesia", available at: <https://www.v3leisure.com/tourism-exchange-indonesia> (Accessed 10 November 2021).

Стаття надійшла до редакції 10.11.2021 р.