

ЦИФРОВА ТРАНСФОРМАЦІЯ ТУРИСТИЧНОГО БІЗНЕСУ

Під час глобалізації, пандемічної кризи, військових конфліктів, дослідження з цифровізації як умови для розвитку економічних систем є важливими для оцінки її впливу на бізнес-процеси та визначення траєкторій інноваційного розвитку соціально-економічних систем. Переваги різних інструментів цифровізації полягають, зокрема, в тому, що цифрові технології сприяють комунікації та об'єднують людей, організації, і ресурси для сприяння важливим взаємодіям між підприємствами та споживачами, а також підвищення ефективності управління бізнесом. Цифрова трансформація та відповідні інновації бізнес-моделі докорінно змінили очікування та поведінку споживачів. Це явище тиснуло на традиційні підприємства та зруйнувало численні компанії. Однак, за даними McKinsey & Company, багато підприємств змогли прийняти цифрові зміни на 20-25 разів швидше, ніж вони очікували [1].

Цифрові трансформації призвели до нових трендів у глобальному туризмі. Етапами впровадження ІКТ є: вибір, розлад, занурення та експропріація [2]. В туризмі сьогодні використовується значна кількість інноваційних інструментів цифрових технологій. Щодо гостинності в секторі туризму, технології на основі ШІ були успішно впроваджені. Приклади таких технологій складають голосові помічники, розумні будинки та інші роботи. Крім того, Інтернет речей і хмара обчислення допомагають у створенні необхідних інструментів для розумного туристичного напрямку. Використовуючи технології ШІ, роботи можуть принести користь навколишньому середовищу, оскільки ці інструменти зменшують відходи та краще керують туристичними напрямками, та і туристів вони більше приваблюють на сайтах [2].

Досліджуючи актуальність цифрових трансформацій для туризму та гостинності, можна стверджувати, що цифрові технології розділені на три види: адаптивні, ідеальні і потенційні [3]. Адаптивні технології відображають високий потенціал системи туризму для створення додаткової вартості послуг. З іншого боку, ідеальні цифрові технології вносять інновації для задоволення запитів туристів, зосередившись на ймовірних майбутніх потребах. Тому можна проектувати майбутні інновації в туризмі.

Цифровізація збереже поділ країн і спільність у соціальному просторі з можливістю оволодіння новими навичками і цифровими технологіями, заробітком і комунікативними навичками. Відповідно, щоб залишатися конкурентоспроможними, необхідно використовувати різні цифрові технології на рівні економічної діяльності: нано-, мікро-, мезо-, макро-, мега- та метарівні.

Діджиталізація впливає на різні сфери життя, в тому числі й на трудові відносини. Конкретні кроки спонукають до впровадження цифрових трансформацій в економіці та суспільстві. Також всебічне залучення цифрових технологій потребує державної підтримки та стимулювання спільнот, що хочуть успішно розвиватись, вдосконалюватись та приймати цифрові трансформації.

Сегменти цифровізації туристичного бізнесу – це результат синергії цифрового та сервісного в економіці. Вони створюють реальну можливість для розвитку туризму з новими можливостями. Основні сегменти цифровізації в туризмі включають системи, технології та платформи взаємодії зі споживачами, партнерами, державні установи, цифрову інфраструктуру; бізнес-процеси суб'єктів ринку; та результати діяльності (продукти, послуги). Процеси суб'єктів господарювання трансформуються відповідно до динаміки розвитку цифрових технологій, використовуючи інноваційні букінг-системи, електронну комерцію та дистрибуцію, маркетинг, мобільні додатки, соціальні мережі, системи та технології розпізнавання зображень, біометричні технології та обробку великих обсягів даних. Використання цих елементів суттєво впливає на конкурентоспроможність як суб'єктів туристичного ринку, так і туристичних дестинацій. Цифровізацію туризму можна систематизувати за ієрархічними

рівнями:

- 1) нанорівень (процес, персонал, споживач);
- 2) мікрорівень (суб'єкт господарювання);
- 3) мезорівень (регіон, пункт призначення, кластер або сфера діяльності);
- 4) макрорівень (національна економіка);
- 5) мегарівень (групи країн);
- 6) метарівень (глобальний) [3].

Диференціація у використанні цифрових технологій за суб'єктами сфери туризму і за ієрархічними рівнями доцільна з огляду на неоднорідні можливості їх використання, застосування механізмів і засобів керування ними, та обсяги доданої вартості, виробленої суб'єктами господарювання на різних рівнях. Для конкретного суб'єкта господарювання, це отримання додаткової вартості за рахунок використання цифрових технологій у бізнес-процесах, що визначає різні напрями цифровізації.

Отже, цифровізація є рушієм інноваційних змін та розвитку туризму, оскільки змінює структуру бізнес-процесів суб'єктів ринку, які трансформуються і вимагають зміни їх конфігурації та узгодження з організаційною структурою компанії та системою їх управління. Тобто, суб'єкт повинен приймати рішення щодо застосування конкретних цифрових технологій для реалізації бізнес-процесів. Розширення інноваційних цифрових технологій, таких як великі бази даних (Big Data), хмарні технології (Cloud Computing), соціальні медіа, інтегровані пошукові та комунікаційні системи, блокчейн, Інтернет речей (IoT), роботи, фінансові технології (Fintech), а також віртуальні туристичні продукти (екскурсії, тури, інсталяції, розваги), зараз є іманентним елементом цифрової економіки.

Література:

1. Gössling, S. (2021). Tourism, technology and ICT: a critical review of affordances and concessions. *Journal of Sustainable Tourism*, 29(5), 733-750. <http://dx.doi.org/10.1080/09669582.2021.1873353> (дата звернення: 28.09.2023).
2. Sarmiento, E. M., & Loureiro, S. M. C. (2021). Exploring the Role of

Norms and Habit in Explaining ProEnvironmental Behavior Intentions in Situations of Use Robots and AI Agents as Providers in Tourism Sector. *Sustainability*, 13(24), 13928. <https://doi.org/10.3390/su132413928> 46. Skift. (2020). (дата звернення: 28.09.2023).

3. Tajeddini, K., Ratten, V., & Merkle, T. (2019). Tourism hospitality and digital transformation: The relevance for society. In K. Tajeddini, V. Ratten, & T. Merkle (Eds.), *Tourism, Hospitality and Digital Transformation: Strategic Management Aspects. Innovation and Technology Horizons*, Routledge. Retrieved from <https://shura.shu.ac.uk/25422/> (дата звернення: 28.09.2023).