

Вплив сучасних трансформаційних процесів в економіці на формування цифрової моделі туризму

Вікторія Карюк

к. е. н., доцент кафедри туризму,

ВНЗ «Університет економіки та права «КРОК», м. Київ, Україна,

ORCID: 0000-0002-2800-6565

Сьогодні рівень розвитку цифрових інновацій є одним із визначальних факторів конкурентоспроможності національної економіки. Цифрова економіка, що реалізує цифрові інновації, є певною системою економічних, соціальних і культурних відносин, що здійснюються на основі використання цифрових інформаційно-комунікаційних технологій. Перевагами цифровізації є зниження вартості послуг у порівнянні з традиційною економікою, зростання продуктивності праці, поява можливостей для створення доданої вартості у різних галузях економіки.

За оцінками «The Boston Consulting Group» цифрова економіка до 2035 року сягне 16 трлн. доларів США [1, с.36].

У даному контексті сучасний туризм є однією з найбільш прогресуючих галузей світового господарства і може позиціонуватися як самостійний вид економічної діяльності [2].

Однак вже сьогодні стає зрозуміло, що із зростанням цифровізації економіки учасники туристичного бізнесу будуть змушені постійно впроваджувати нові форми цифрових технологій та платформ з метою отримання додаткових конкурентних переваг та підвищення конкурентоспроможності своєї діяльності, що передбачає впровадження в Україні сучасної цифрової моделі туризму (рис. 1).

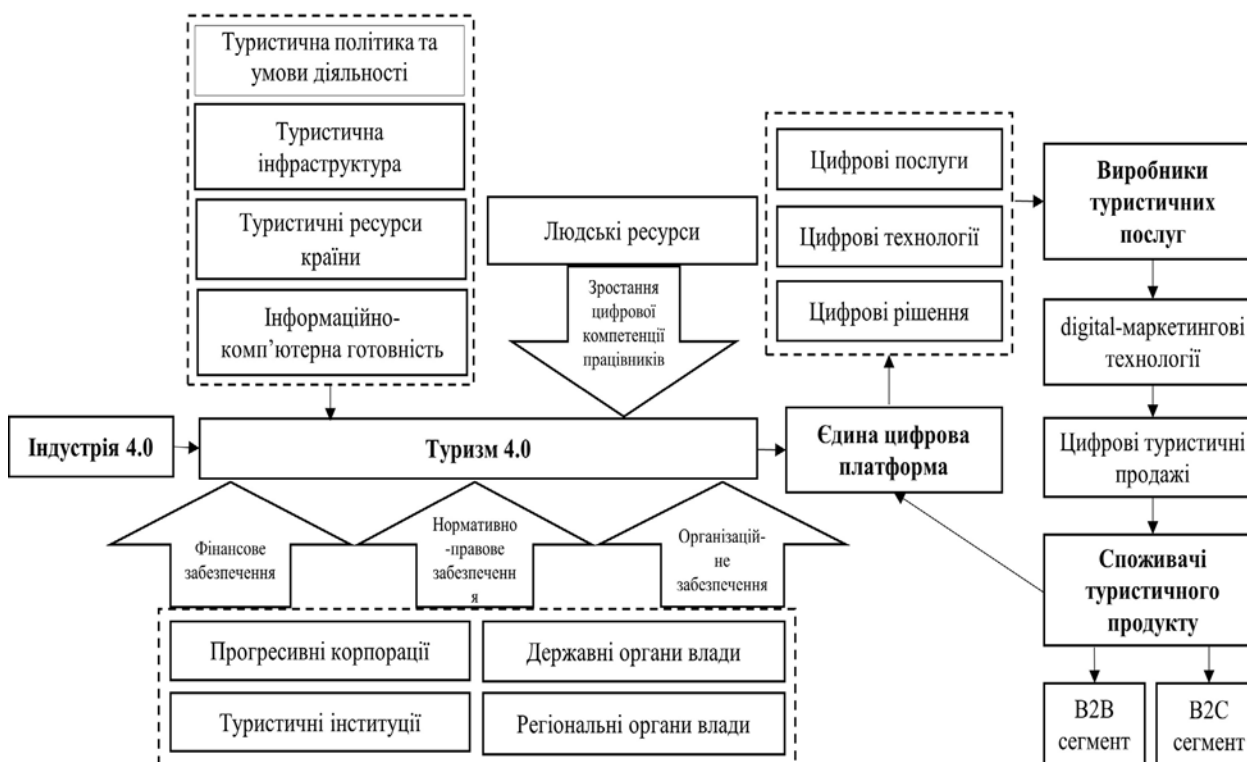


Рис. 1. Удосконалення цифрової моделі туризму під впливом трансформаційних процесів в економіці

Джерело: побудовано автором на основі власних досліджень.

Аналіз вітчизняних та зарубіжних наукових джерел свідчить, що для сучасної цифрової моделі туризму характерні такі принципи:

- гранична автоматизація всіх ланок;
- максимальна питома вага та значимість НДДКР;
- управління всіх підсистем та ланок туристичного продукту здійснюється автономною системою з використанням «інтернету речей»;
- всі етапи життєвого циклу туристичного продукту забезпечені роботою функціональних ланок у формі єдиного взаємопов'язаного цілого, що регулюється в системі онлайн-режиму потоками зворотних зв'язків;
- використання алгоритмів персоналізації, які, враховуючи всі можливі пропозиції, здатні швидко сформуванати для туриста індивідуальний пакетний тур тощо [3].

Експерти вважають, що для впровадження цифрової моделі туризму в Україні потрібні драйвери, що являють собою чітку систему нормативно-правового регулювання, розробку єдиної цифрової платформи для суб'єктів туристичного ринку, активну державну підтримку (у тому числі й на регіональному рівні).

Основними цілями запровадження моделі цифрового туризму на державному рівні мають стати розробка проектів та програм, спрямованих на покращення екологічних показників, розвиток культурно-історичної спадщини, удосконалення туристичної інфраструктури тощо; підвищення правової та економічної грамотності представників бізнесу та населення; допомога туристичним підприємствам у розробці та впровадженні нових цифрових

продуктів.

Перехід до цифрової моделі туризму вимагає формування нового цифрового працівника, який володіє необхідним набором знань та вмінь, що динамічно змінюються при використанні інформаційних технологій. Відповідно до цього необхідною умовою впровадження даної моделі є також отримання синергетичного ефекту від об'єднання професіоналів у галузі туризму, інститутів розвитку туризму, державних органів та регіональної влади, передових корпорацій.

Крім того, для раціонального та ефективного використання туристичних, природних, лікувальних та рекреаційних ресурсів України необхідно сформуванню туристично-рекреаційний простір шляхом впровадження цифрової моделі організації зон туризму та курортів і запропонувати споживачеві конкурентоспроможний туристичний продукт, заснований на сучасних цифрових платформах.

Таким чином, цифровізація туризму в Україні сприятиме прискореному розвитку сфери регіонального туризму, перетворенню його у вискоєфективну, інтегровану на український ринок галузь. Цифрова модель туризму також передбачає забезпечення безпеки туристів та захист їх законних прав і інтересів, забезпечення комплексного розвитку територій, у тому числі створення сприятливих умов для залучення інвестицій у розвиток туристичної інфраструктури, удосконалення системи професійної підготовки фахівців сфери цифрового туризму, формування та просування позитивного іміджу України як об'єкту привабливого для туризму.

Ключові слова: цифровізація; модель цифрового туризму; цифрові технології.

Список використаних джерел

1. Котлер, П., Боуен, Дж., Макенс, Дж. *Маркетинг туристичного туризму*. Англія. 6-е видання. 2017. 688 с.
2. Богомазова И. В., Аноприева Е. В., Климова Т. Б. *Цифровая экономика в индустрии туризма и гостеприимства: тенденции и перспективы. Сервис в России и за рубежом*. 2019. №3 (85). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/tsifrovaya-ekonomika-v-industrii-turizma-i-gostepriimstva-tendentsii-i-perspektivy>
3. Назаренко О. В. *Перспективи розвитку в'їзного туризму в Україні з використанням інструментів digital-маркетингу*. *Вісник соціально-економічних досліджень : зб. наук. праць; Одеський національний економічний університет*. Одеса, 2020. № 3-4 (74-75). С. 205– 219.