

ВПЛИВ ЦИФРОВІЗАЦІЇ ЕКОНОМІКИ НА РОЗВИТОК РЕГІОНАЛЬНОГО ТУРИЗМУ

Карюк В.І.,

к.е.н., доцент кафедри туризму,

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

e-mail: VictoriyaKI@krok.edu.ua,

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-2800-6565>

Глобалізація та цифровізація економічних процесів за сучасних умов спричинила фундаментальні зміни в організації бізнесу на всіх рівнях суспільно-економічної діяльності. За допомогою новітніх цифрових технологій у економічних суб'єктів з'явилася можливість в найкоротші терміни розширити свою цільову аудиторію, підвищити рівень охоплення рекламою, покращити якість обслуговування клієнтів, що дозволило бізнесу розвиватися прискореними темпами і залишатися конкурентоспроможним за сучасних мінливих економічних умов.

Як невід'ємна частина загальної економічної кон'юнктури, туристична галузь також схильна до впливу основних довгострокових тенденцій світової економіки. Цифрова революція не тільки відкриває нові можливості перед туризмом в країні, а й ставить абсолютно нові завдання щодо його адаптації до динамічних змін у суспільстві, модернізації структури та якості надання туристичних послуг.

Цифрова економіка впливає на всі сфери життя людини та суспільства, що явно відчувається вже сьогодні. Як результат, у туристичній сфері використання нових цифрових технологій також постійно розширюється, вони стають все доступнішими пересічному клієнту. Діджиталізація і використання сучасних технологій у туризмі націлені на те, щоб зробити туристичну індустрію країни більш конкурентоспроможною у сучасному цифровому світі. Принципово нові технології, які з'явилися в останні роки та знайшли застосування у цифровій інфраструктурі туризму:

- використання мобільного Інтернету і мобільних додатків;
- використання Інтернету речей (Internet of Things - IoT);
- технології штучного інтелекту (нейромережі);
- технології великих даних (Big Data);
- технології Blockchain;
- технології віртуальної і доповненої реальності;
- хмарні технології;
- роботизація тощо.

Крім того, діджиталізація економічних відносин призводить до появи нових типів підприємств туріндустрії, в тому числі віртуальних компаній, просторово розподілених мережових структур тощо.

У даний час переважаюча більшість туристів є активними користувачами мобільних пристроїв і мобільного Інтернету, різного роду мобільних додатків. Саме тому в останнє десятиліття сталися серйозні зрушення в туристичній галузі. Повсюдне проникнення мобільного зв'язку і мобільного Інтернету, поширення смартфонів та соціальних мереж відкрило нові можливості для туристичної індустрії й дозволило туристичним фірмам оперативно реагувати на потреби, побажання і проблеми клієнтів.

Застосування у туристичній індустрії цифрових платформ дозволяє значно зміцнити взаємини з клієнтом (інформувати і супроводжувати клієнтів в дорозі), підвищити якість послуг (смартфон як ключ від номера, реєстрація в готелі через додаток), покращити емоційне сприйняття (геовідмітки, сортування фото по місцях перебування, нагадування, вказівки і інструкції в аеропорту) інтегруватися до використання спільно з профілем у соціальних мережах тощо.

Наприклад, французька платформа «Tripnparty» дозволяє мандрівникам відшукати в будь-якій країні автентичні бари та паби, про які зазвичай добре інформовані тільки місцеві жителі [1, с. 162].

Сучасні програмні додатки і технічні системи здатні швидко реагувати на побажання туриста, надавати допомогу в здійсненні пошуку місця призначення і виконання оцінки пам'яток туристичної дестинації. На підставі отриманої інформації (без особливих часових і матеріальних витрат на здійснення опитування туристів та їх статистичну обробку), виконується аналіз даних про профіль туриста, визначаються характеристики об'єктів, які він відвідував, кількість часу, витраченого на відвідування туристичних об'єктів і, в кінцевому підсумку, адаптація існуючої туристичної пропозиції відповідно до потреб клієнта.

Так, програмний додаток «HiltonHonors» дозволяє користувачам замовляти послуги готелю за допомогою програми і адаптувати перебування на відпочинку під свої бажання. Отриману інформацію готельний бізнес використовує для автоматичної розробки індивідуального плану для кожного гостя при наступних візитах.

До сучасних технологій Інтернету речей в туристичній індустрії можна віднести появу таких технічних пристроїв, як браслети з геолокацією, мобільні додатки-гиди, додатки для оплати квитків, технології віртуальної реальності тощо.

Останнім часом широку популярність в бізнесі різних рівнів набувають «хмарні технології». Для туристичних фірм хмарні технології є інструментом, завдяки якому персонал може здійснювати віддалену роботу не потрапляючи в залежність від додаткових ресурсів, необхідності оренди офісу або комп'ютерної техніки.

До нових напрямків цифрового розвитку туризму належать технології Blockchain, що реалізують розподілену базу даних, у якій пристрої зберігання даних не підключені до загального сервера. Технології Blockchain упроваджуються до використання сучасними онлайн тревел-агентствами, GDS,

авіакомпаніями тощо, що спричиняє кардинальної зміни бізнес-процесів у сфері туризму [2].

Роботизація в туризмі є ще одним перспективним напрямком розвитку. Технології роботів-гідів, здатних на основі штучного інтелекту розуміти людей, виконувати необхідні їм функції, сьогодні стають вже реальним інструментом. Використання чат-ботів для відповідей на найбільш поширені запитання клієнтів та збору статистичної інформації міцно увійшло в ужиток, скоротивши потреби у персоналі та виконанні рутинних завдань.

За інформацією сайту Booking.com, третина туристів з усього світу надають перевагу подорожам, що сплановані штучним інтелектом, який аналізує і враховує їх попередні пошукові запити, способи і суми оплати та інші особливості запиту кожного клієнта [3].

Big Data – це технології обробки інформації (як структурованої, так і неструктурованої) настільки великих розмірів, що традиційні способи та підходи (здебільшого засновані на рішеннях класу бізнесової аналітики та системах управління базами даних) не можуть бути застосовані до них. Саме цей технологічний ресурс є яскравим прикладом впливу цифровізації на регіональний туризм, оскільки вже має міжнародну практику використання для розвитку в'їзного туризму і підвищення привабливості територій для зарубіжних інвесторів.

Наприклад, у Новгородській області за допомогою цифрових технологій враховують кількість туристів у регіоні, використовуючи відомості мобільних телефонів і технології Big Data при знеособленні персональної інформації абонентів [4, с. 39].

Досвід розвинених країн, які досягли позитивних результатів у цифровізації сфери туризму і гостинності, показує, що для реалізації туристичного потенціалу країни та регіонів за сучасних умов необхідно сформувавши і налагодити функціонування узагальненої цифрової платформи туристичної галузі. Така платформа має забезпечувати високий рівень якості інформаційного супроводу туризму в регіонах, що є найважливішим чинником, який безпосередньо впливає на якість туристичних продуктів і послуг, оскільки зміст інформаційного супроводу туристичної діяльності визначає імідж destinations і формує їх привабливість.

Список використаних джерел:

1. Будякова О. Ю. Ахмадова С.З. *Зарубіжний досвід розвитку сучасного туризму. Імперативи економічного зростання в контексті реалізації глобальних цілей сталого розвитку: тези доп. міжнар. наук.-практ. конф, м. Київ, 9 квітня 2020 р. Київ, 2020. С. 161-163.*
2. Садова Н.В. *Вплив цифровізації на розвиток туристичної індустрії.* URL: http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/9_2019/45.pdf
3. Шумаєва М. *Як штучний інтелект і чат-боти змінять наші подорожі.* URL: <https://nv.ua/ukr/techno/technoblogs/yvdlaovvydayov-0051090.html>.
4. Богомазова И.В. *Цифровая экономика в индустрии туризма и гостеприимства: тенденции и перспективы. Сервис в России и за рубежом: электрон. науч. журн. 2019. Т.13. №3(85). С. 34-4.7*