

РОЗДІЛ І. Економіка

УДК 338.48(477)

Єрмаченко Володимир,
кандидат економічних наук, професор,
Харківський національний економічний університет імені Семена Кузнеця,
кафедра туризму,
м. Харків; ORCID ID: 0000-0002-5779-3967
e-mail: yvyuer@gmail.com

Бандура Дар'я,
аспірант,
Харківський національний економічний університет імені Семена Кузнеця,
кафедра туризму,
м. Харків; e-mail: d.y.bandura@gmail.com

<https://doi.org/10.29038/2786-4618-2023-01-6-18>

ПЕРСПЕКТИВИ ВІДНОВЛЕННЯ ГАЛУЗІ ТУРИЗМУ В УМОВАХ СТАНОВЛЕННЯ ЦИФРОВОЇ ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ

Анотація. У статті розглянуто процеси трансформації туристичної галузі України в умовах автоматизації бізнес-процесів та цифровізації ділового й суспільного середовища. Проаналізовано світовий досвід використання інформаційних технологій в галузі туризму; обґрунтовано залучення громадянського суспільства до процесів стратегічного планування та управління туристичними дестинаціями в умовах формування цифрової економіки України. Показано синергетичний ефект упровадження загальнонаціональних програм відтворення національної економіки та появи новітніх туристичних послуг. Запропоновано використовувати світовий досвід впровадження сучасних інформаційних технологій у створення та діяльність туристичних дестинацій при розробленні державних програм розвитку туризму; наведено приклад поєднання макро- та мікропроектів розвитку рекреаційної інфраструктури на різних етапах виконання програми.

Ключові слова: туристична дестинація, цифрова економіка, автоматизація бізнес-процесів, цифровізація (діджиталізація), інформаційні технології, громадянське суспільство.

Volodymyr Yermachenko,
Candidate of Sciences (PhD) in Economics, professor,
Tourism department of Simon Kuznets Kharkiv National University of Economics,
Kharkiv

Daria Bandura,
PhD student,
Tourism department of Simon Kuznets Kharkiv National University of Economics,
Kharkiv

PROSPECTS FOR THE TOURISM INDUSTRY RECOVERY IN THE CONTEXT OF THE DIGITAL ECONOMY FORMATION IN UKRAINE

Abstract. Tourism sector is one of the most information-rich industries today, with information technology covering all parts of the tourism industry. However, an integrated approach to the digital transformation of society, which is expressed in the implementation of national (state and regional) strategies for the development of industries, requires significant adjustments in accordance with local characteristics. It is necessary to determine what combination

of steps is crucial to achieve a synergistic effect of interaction between macro- and micro-level actors, taking into account the requirements for a "smart" business environment. The purpose of the article is to analyse the experience of digitalization of tourism activities by the leading countries of the world and to develop a methodological approach to formulating a strategy for rebuilding the national tourism industry based on information technology.

The study examines the processes of transformation of the tourism industry of Ukraine in the context of automation of business processes and digitalization of the entrepreneurial and social environment; analyses the world experience of implementing information technologies in the tourism industry; substantiates the involvement of civil society in the processes of strategic planning and management of tourist destinations in the context of the formation of Ukraine's digital economy. The synergistic effect of the implementation of national programs for the national economy recovery and the formation of new tourist services is described; it is proposed to use the world experience of introducing modern information technologies in the creation and management of tourist destinations in the process of creation of state tourism development programs; an example of combining macro- and micro-projects for the development of recreational infrastructure at different stages of program implementation is given. Using the tourism industry as an example, it is possible to demonstrate the positive aspects of digitalization: convenience, increased sales, time savings, simplification of processing and transmission of a large amount of information, and the emergence of new professions. Promising in this area of research is the development and implementation of programs for the digital transformation of the business environment and the service sector at the level of individual tourist destinations, considering local characteristics of consumer demand and peculiarities of recreational resources.

Key words: tourist destination, digital economy, business process automation, digitalization, information technology, civil society.

Вступ. Процес проникнення цифрових технологій та автоматизації на всі рівні соціально-економічного життя суспільства та взаємодії суб'єктів господарювання, який отримав назву діджиталізація (цифровізація), або технологічний уклад 3.0, почався наприкінці ХХ століття, і туристична галузь доволі швидко доєдналася до стратегій інноваційного розвитку. Зазвичай, перехід від однієї соціальної формації до іншої здійснюється поступово, впродовж тривалого історичного часу, і у минулому потрібно було декілька десятиліть, а то й століть, на перетворення аграрно-індустріального суспільства у індустріально-аграрне, а потім і цифрове. Проте, останніми роками провідні вчені світу, переосмислюючи те, як горизонтальна та вертикальна інтеграція інформаційних технологій, поєднання різних технологій фізичного простору, створення нових кібер-систем та систем штучного інтелекту змінює бізнес-моделі, дійшли висновку стосовно не лише пришвидшених темпів трансформаційних процесів на макро- та глобальному рівнях, а й паралелізації багатьох з них. Інноваційні зміни відбуваються не однаково у всіх галузях національної економіки: одні можуть значно випереджати інших (як-от туристична галузь України, починаючи з приблизно 2007 р.), тоді як традиційні (в основному, промислові виробництва із великою часткою основних фондів у активах балансу) не встигають за технологіями та організаційними перетвореннями, які для їхнього середовища відбуваються занадто швидко.

Постановка проблеми та її значення. На основі ретроспективного аналізу процесу діджиталізації у світі можна зробити висновок, що у майбутньому він торкнеться кожної галузі економіки. Оскільки туристична сфера сьогодні є однією з найбільш інформаційно насичених, то можна спостерігати охоплення інформаційними технологіями усіх ланок туристичної діяльності, що зумовлює актуальність даного дослідження. Втім, комплексний підхід до цифрової трансформації суспільства, який виражається в упровадженні загальнонаціональних (державних та регіональних) стратегій розвитку тієї чи іншої галузі, інколи потребує суттєвих корегувань у відповідності до місцевих особливостей. Туристичні напрямки (дестинації) успішно функціонують саме як самостійні інфраструктурно-господарські одиниці, тому найбільш раціональним підходом є поєднання планів за "управлінською вертикаллю" – тобто стратегій підтримки місцевого ділового середовища з використанням доступних ресурсів, знань та технологій, пропонувані державою усім господарюючим одиницям. На прикладі поетапного упровадження стратегії цифровізації спробуємо визначити, поєднання яких кроків необхідно для досягнення синергетичного ефекту взаємодії суб'єктів макро- та мікрорівня, з урахуванням вимог щодо існування "розумного" (smart) ділового середовища.

Аналіз останніх досліджень і публікацій свідчить про значну зацікавленість вітчизняних

дослідників питаннями smart-туризму, smart-дестинацій та їхніх складників. Серед українських науковців слід відзначити праці С. Мельниченко [1-2] та М. Бойко [3-4], що висвітлюють теоретико-методологічні основи та практичний інструментарій застосування інформаційних технологій у туристичному бізнесі, визначають роль і місце інформаційних технологій у менеджменті і маркетингу туристичних підприємств, надають рекомендації щодо модифікації організаційних структур управління туристичними підприємствами та системи менеджменту під впливом інформаційних технологій. Слід відзначити, що у межах туристичної галузі частіше, ніж деінде, зустрічається поєднання технологій різних напрямів діяльності, що зумовлено багатосторонністю туристичної послуги. Це знаходить своє відображення і у наукових публікаціях, де дослідження часто носять міждисциплінарний характер. Наприклад, Г. Савіна [5] розглядає різні аспекти інтеграції CRM-систем та засобів аналітики поведінки споживачів у мережі інтернет для вибору способу ведення клієнтських баз даних. В. Приходько та ін. [6] досліджують досвід інвестування та управління "розумними містами" (smart city) у декількох країнах ЄС на рівні реалізації наднаціональних стратегій, тоді як Д. Басюк [7] розширює це поняття географічно і говорить про концепцію "розумних дестинацій" (smart destinations), які виходять за межі міста, хоча міські агломерації започатковують дану тенденцію, адже саме у місті досягається й урівноважується концентрація туристичних об'єктів та відвідувачів. Фактично, усі автори підкреслюють всебічне використання ІТ у сучасній моделі туристичного бізнесу. Світовий досвід діджиталізації економіки вивчали Г. Жосан [8], яка пов'язує класифікацію технологій із періодизацією суспільно-економічних формацій (устроїв); близько до цієї ідеї і вказана публікація К. Шваба – засновника Всесвітнього економічного форуму, який ще у 2015 р. вказав на проблему визначення наступного етапу промислової революції, який він назвав тоді епохою кіберофізичних систем [9]. Для порівняння наведемо працю 2011 р. С. Ходжеган та А. Есфангаре [10], які виділили актуальні напрями упровадження ІТ у споживання послуг, що на сьогодні опинилися майже незмінними. Окремим самостійним напрямом у даній сфері можна назвати розроблення економетричних моделей оцінки впливу цифровізації на економічні процеси та різні галузі національного господарства. Наприклад, Р. Тан [11] пропонує використовувати комплекс позитивних та негативних показників (іншими словами, стимуляторів та дестимуляторів), поєднання яких дозволяє оцінити ефективність заходів із цифровізації у функціонуванні туристичної галузі Сполученого Королівства. Матеріали проекту ЄС i-SCOOP [12] містять порівняльний аналіз сучасного категоріального апарату цифровізації (діджиталізації), зі спрямуванням на оцінку бізнес-перетворень та змін ділових звичаїв.

У наведених працях частково розглянуто особливості розвитку туристичної галузі в умовах становлення цифрової економіки окремих країн та України, проте питання автоматизації та цифровізації при створенні та функціонуванні туристичних дестинацій потребують подальшого дослідження та обговорення. Незважаючи на значну кількість наукових та практичних напрацювань, присвячених використанню сучасних інформаційних технологій та систем у сфері туризму, залишається недостатньо дослідженим місце держави та громадянського суспільства у таких перетвореннях.

Метою статті є аналіз використання досвіду цифровізації туристичної діяльності провідними країнами світу та розроблення методичного підходу щодо формування стратегії відбудови національної туристичної галузі на основі інформаційних технологій.

Об'єктом дослідження є досвід запровадження цифрових трансформацій у сферу послуг на рівні глобальної економіки, предметом – перспективи відновлення туристичної галузі України на основі цифровізації ключових бізнес-процесів та продуктових інновацій.

Виклад основного матеріалу. Кардинальні зміни у тому, як компанії ведуть бізнес завдяки технологіям, отримали назву Індустрія 4.0. З часом цей термін став більш узагальненим, сюди почали включати сфери міської інфраструктури, освіти, охорони здоров'я, транспорту та інші. Наразі вчені починають виділяти Індустрію 5.0 – п'яту промислову революцію, яка, на нашу думку, є синтезом цифрової епохи, економіки знань та концепції сталого розвитку. Прийнято використовувати таку періодизацію технологічного розвитку сучасної цивілізації (рис. 1).



Рис. 1. Технологічні епохи (періоди сталих суспільно-економічних формацій)

Джерело: розроблено авторами на основі звітів I-SCOOP

Якщо зіставити основні характеристики цих періодів з етапами розвитку туризму, то отримаємо цікаве спостереження: практично в усі часи туристична галузь або випереджала, слугувала стимулом для інноваційного розвитку інших галузей, або знаходилася на останніх місцях – особливо тоді, коли переважаюча частка населення з низки причин не мала змоги вільно подорожувати. Тож, туризм можна вважати невід'ємною складовою технологічного прогресу, який або створює передумови для інтенсифікації практичного впровадження новацій, або першим починає їх використовувати. Наприклад, розвиток громадянської авіації та уможливлення трансатлантичних перельотів зумовили розвиток етапу масового туризму у 50-60х рр. XX ст., що у свою чергу заклало основи формування космополітичної особистості, так званого "громадянина світу", який потім перетворився у "глобального споживача".

Згідно думки К. Шваба - засновника та голови Всесвітнього економічного форуму, – "масова діджиталізація має низку переваг, таких як безпрецедентне зростання інновацій, масове використання інформаційних технологій та штучного інтелекту, і не має аналогів в історії" [9]. Підтримка вектора Індустрії 4.0 формує відповідну промислову політику, яка знаходить відображення в реалізації різними країнами програм, спрямованих на нарощування науково-технологічного та промислового потенціалу, вдосконалення інноваційної системи, оновлення технологічної бази, у першу чергу у містах.

Цифрова економіка передбачає суттєву зміну туристичних ресурсів країни, одним з них виступає перехід до смарт-міст. Британський інститут стандартів дає визначення розумного міста як територію з ефективною інтеграцією фізичних, цифрових і людських систем в штучному середовищі заради сталого, благополучного і всебічного майбутнього для громадян [13]. Експерт у сфері урбаністики Б. Хатчінсон запропонував сучасну класифікацію розумних міст: версії 1.0, 2.0 і 3.0. У "розумному

місті" 1.0 немає загальної стратегії, автоматизація торкнулася окремих, не пов'язаних між собою компонентів. У версії 2.0 ведеться об'єднання і взаємозв'язок раніше незалежних ініціатив та максимально великого числа різних джерел інформації. Версія 3.0 передбачає, що об'єднання всіх компонентів завершено, а вся інфраструктура буквально просякнута інтелектуальними технологіями. На цій основі розробляються більш складні класифікації та контекстні схеми взаємодії міської інфраструктури та суб'єктів ринку [14]. Розвиток сучасного високотехнологічного туризму відіграє вирішальну роль у розвитку розумних міст, оскільки ініціативи щодо залучення туристів можуть призвести до підвищення інвестиційної привабливості, розвитку публічно-приватного партнерства, відкритості та відповідальності громадян.

Більшість вітчизняних вчених використовують поняття цифровізації у контексті автоматизації. Цифровізація процесів може включати в себе автоматизацію, а також інші сучасні інструменти, в тому числі і штучний інтелект. В більшості те, що зараз відбувається у світі, можна вважати переважно автоматизацією, в процесі якої здійснюється впровадження програм системи обробки інформації і програмних документів, необхідних для експлуатації цих програм. Цифровізація – це наступний рівень, і він спрямований на автоматичне виконання робіт. Тобто автоматизація – це допомога людині у виконанні бізнес-функцій, а цифровізація – це заміна людини у виконанні цих функцій.

Процес цифрової трансформації галузі туризму відбувається у всьому світі. За даними аналітиків, до 2026 р. онлайн-продажі принесуть 74% доходу в секторі туризму (що у перерахунках становитиме близько 702,7 млрд дол. США за прогнозованого загального обсягу доходів у 950 млрд). У 2021 р. глобальні онлайн-продажі подорожей склали 430,8 мільярди доларів, що на 31% більше, ніж у попередньому році. Такий високий темп приросту зберігався і у 2022 р. як ефект послаблення пандемії. У 2022 р. 68% усіх бронювань подорожей було зроблено онлайн (рис. 2) [15].

Щодо конкурентоспроможності міжнародних онлайн-туристичних підприємств, то дотепер лідируючі позиції посідає Booking, що мав найвищий дохід у 2021 р. Він постійно збільшувався з 1,41 млрд доларів у 2007 р. до рекордного рівня в 15,07 млрд у 2019. За показником доходів за ним слідує Airbnb – онлайн-майданчик для розміщення та пошуку короткострокової оренди приватного житла по всьому світу. У 2021 р. його ринкова капіталізація склала 104 254 млн доларів, що робить його лідером світового ринку. На другому місці Booking з обсягом 98 521 млн доларів. Тож цифрові підприємства підтверджують не лише свою життєздатність, а і займають провідні ролі у світі. Таких успіхів вдалося досягти завдяки успішній он-лайн взаємодії з користувачами [16-17].

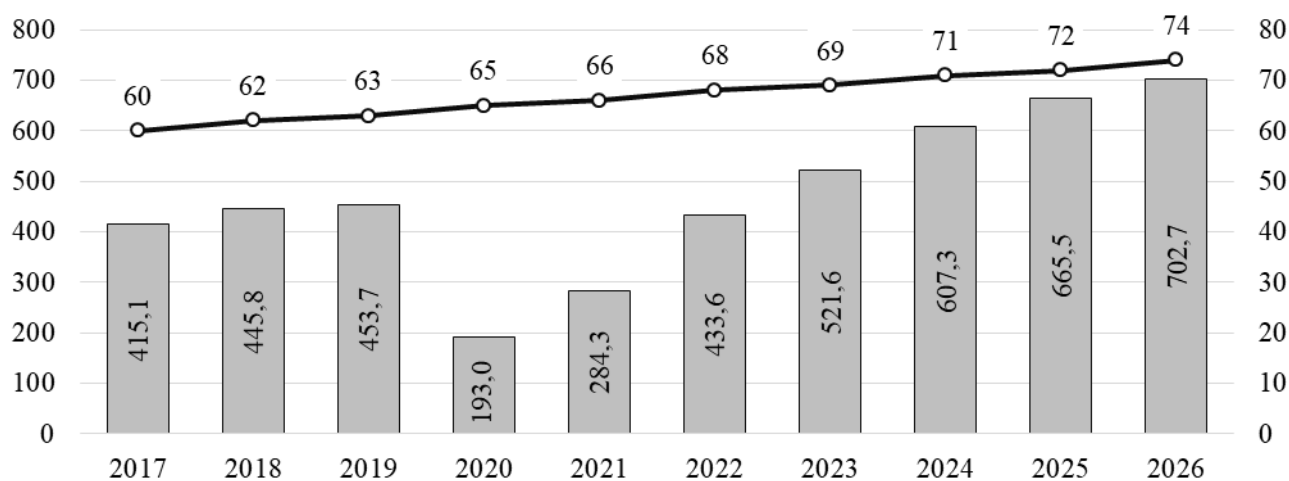


Рис. 2. Частка онлайн-бронювань (млрд дол. США та %) у загальному обсязі доходів від онлайн та офлайн каналів продажів (фактичні дані на червень 2022 р., далі прогнозні розрахунки)

Необхідність цифрової трансформації значно вплинула на державну політику багатьох країн світу. В Україні цифрова трансформація є пріоритетною політикою, відзначено. визнаними серед європейської експертної спільноти успіхами у впровадженні систем "ProZorro" та "eHealth", у

запровадженні мобільного покриття 4G та запуску електронних послуг у державному та приватному секторах. Протягом останніх років в Україні з'являються тенденції до визнання цифрової трансформації як одного з стимуляторів економіки країни. У грудні 2022 року Кабінет Міністрів України прийняв постанову, яка дає початок експериментальному проєкту з впровадження цифрової системи управління відбудовою транспортної інфраструктури. Передбачається, що у подальшому ця система може стати прикладом електронної системи управління відбудовою для усіх галузей. На даний момент Україна знаходиться на стадії перебудови базової інформаційно-комунікаційної інфраструктури.

З 2021 р. координацію діяльності Державного агентства розвитку туризму України здійснює Міністерство інфраструктури. Таке рішення було прийнято задля створення нової інфраструктури для наявних і майбутніх курортів, роботи з українськими та міжнародними інвесторами, залучення нових туристів до країни. Туристична галузь України вже пройшла декілька етапів інтеграції новітніх технологій. З огляду на стан галузі туризму в Україні, можна виділити такі ланки залучення інформаційних технологій:

1. Е-картографія, використання космоснімків, супутникової навігації, створення власних карт-схем та описів маршрутів.
2. Просування турбізнесу в інтернеті шляхом використання профільних сайтів та соціальних мереж, а також додатків, орієнтованих на вирішення завдань з управління.
3. Використання "живих" веб-камер як оперативного джерела інформації музеями та іншими об'єктами показу й відвідування.
4. Запровадження спеціалізованих інформаційних систем в сучасному туристичному бізнесі, таких як е-банкінг, е-бухгалтерія, CRM-системи у роботі з кадрами та клієнтами, міжнародні системи резервування, мобільні е-консьєржі, оновлене програмне забезпечення готелів та інші.
5. Використання спеціалізованого обладнання, різноманітних технічних та програмних засобів на різних етапах створення та споживання туристичного продукту, як-от: GPS-навігаторів у громадському транспорті, на внутрішньоміських та дальних регіональних сполученнях, з відстеженням руху та завантаження транспортного засобу у режимі реального часу; створення інтерактивного мультимедійного контенту (фотографій, звукозаписів, інформаційно-рекламних презентацій та відеофільмів) безпосередньо у процесі споживання, а не тільки для створення профілю DESTINATION.

В Україні існують розрізнені проєкти щодо цифрової трансформації населених пунктів. У великих містах на протязі декількох років були успішно запроваджені електронні сервіси, такі як:

- система пошуку маршрутів руху транспорту;
- аналіз дорожніх заторів,
- додаток е-здоров'я, зокрема з онлайн-записом на візит до лікаря,
- оплата комунальних платежів через окремих додаток та ін.

На думку авторів, вже можна стверджувати про створення міської цифрової інфраструктури, і особливістю українського цифрового середовища є інтеграція загальнонаціональних цифрових платформ та рішень (е-здоров'я, ЄДЕБО (освітні послуги), онлайн-кабінет платника податків та ін.) із окремими продуктами, унікальними для кожного міста (наприклад, сервіс передачі даних та сплати за побутове використання електроенергії Kharenergo м. Харкова). Цікаво відзначити, що уніфіковані програмні рішення із бронювання готелів були достатньо оперативно створені і апробовані, із подальшим глобальним впровадженням на протязі всього декілька років, тоді як досі немає універсального додатку для бронювання послуг ресторанів та інших закладів харчування. Підприємства переважно використовують індивідуалізоване програмне забезпечення як для ведення обліку, так і взаємодії з відвідувачами. Ймовірно, саме автентичність таких закладів і створює своєрідну атмосферу кожного окремого населеного пункту, і загнати навіть елементарний процес розміщення замовлення у якісь стандартні рамки неможливо. Але для іноземних туристів процедуру пошуку та бронювання відвідування численних міських об'єктів відвідування потрібно спростити.

У свій час майже кожне місто України намагалося створити власні реєстри туристичних пам'яток та найбільш визначних об'єктів – для початку з метою каталогізації на офіційному сайті, – втім, через їхню надвелику кількість та несхожість подібні ініціативи не були реалізовані до кінця, що не можна

сказати про автоматизацію фінансової та іншої звітності.

Багато років українські туристичні підприємства успішно використовують програмний комплекс "Оверія-Туризм", який є модульним рішенням для автоматизації роботи туристичних компаній. Від інших популярних рішень він відрізняється саме комплексністю процесів, містить і найбільш запитувані малими підприємствами блоки із інтеграції з агрегаторами-пошуковиками, і затребувані вже середніми та великими компаніями блоки з аналітики даних та звітності. Подорожуючі з багатьох країн використовують туристичний портал IgotoWorld – онлайн-путівник країнами світу, створений українськими розробниками, що надає інформацію про тури та маршрути визначними пам'ятками і містить перевірені каталоги туристичних об'єктів – загальновідомих і відвідуваних поки в основному місцевими жителями. Звісно, без комерціалізації подібним стартапам важко конкурувати із гігантами індустрії (такими як Google Maps, TripAdvisor тощо), але вони якраз відображають тенденцію до індивідуалізації ринку споживання послуг, що є наступними етапом після стандартизації глобалізованого періоду.

В Україні значних досягнень у цьому напрямку досягли деякі міста – як центри туристичних дестинацій, наприклад, місто Харків. Це місто, де впроваджено багато електронних сервісів: системи електронного документообігу та охорони здоров'я eHealth, центр надання соціальних послуг "Прозорий офіс", додаток 2GIS на основі відкритих даних геоінформаційних систем (на жаль, цей проект потребував високих вимог щодо ємності та функціональності обладнання кінцевого користувача, тому не встиг набути поширення до розроблення повного функціоналу Google Maps), а також "Картка харків'янина", яку планувалося використовувати як внутрішній ID-документ (для зареєстрованих мешканців міста). Картка повинна була поєднати декілька рішень – для мети туризму варто згадати систему знижок на відвідування муніципальних туристичних об'єктів та проїзні квитки міським електротранспортом. У місті з 2021 р. діють електронні квитки у громадському автотранспорті (дебетова пластикова картка, яка поповнюється через спеціальний термінал). На завершальному етапі знаходиться веб-портал Smart City. Муніципалітет спільно з правоохоронними органами впроваджує проєкт з відеоспостереження на вулицях міста. Взагалі, Харків затвердив концепцію розвитку "розумного міста" одним із перших в Україні.

У вересні 2022 року Україна долучилася до Програми "Цифрова Європа" (Digital Europe Programme – DIGITAL), яку планують реалізувати до 2027 року. Пришвидженню цифрової трансформації та відновленню економіки України сприятиме подання заявки на фінансування проєктів цифрових глобальних шлюзів Програми ЄС Connecting Europe Facility на суму близько 6 млрд євро за чотирма основними напрямками (табл. 1) [18]:

Таблиця 1

Напрями фінансування, доступні для України за програмою DIGITAL

№	Напрямок	Зміст проєкту	Фінансування, млрд. євро	% від загального обсягу
1	Високопродуктивний комп'ютинг	обчислення великих масивів даних для рішень у сфері економіки, оборонної промисловості та охорони здоров'я	2,2	36,8
2	Штучний інтелект, дані та хмарні послуги	створення продуктів на базі штучного інтелекту для полегшення роботи підприємств, держадміністрацій, дослідницьких установ	2,1	35,1
3	Використання цифрових технологій в економіці та суспільстві	впровадження цифровізації у бізнесі, сфері електронного урядування, охорони здоров'я, навколишнього середовища, освіти та культури, технологій Smart City	1,1	18,4
4	Цифрові навички	набуття нових навичок у сфері ІТ	0,58	9,7

Завдяки прийняттю Закону України "Про стимулювання розвитку цифрової економіки в Україні"

запроваджено правовий режим Дія Сіті – сприятливі умови для ведення інноваційного бізнесу, розбудови цифрової інфраструктури, залучення інвестицій, а також талановитих спеціалістів. Також в Україні створюють платформу, на якій розмістять 3D та скановані моделі вітчизняних об'єктів культурної спадщини, планується реалізація національної платформи культурної спадщини нерухомих пам'яток України. Оцифровування пам'яток необхідне для майбутньої відбудови та відновлення України, оскільки наразі від обстрілів постраждали майже 1000 об'єктів нерухокої культурної спадщини.

За даними всеукраїнського опитування, проведеного Київським міжнародним інститутом соціології у вересні 2022 р., застосунком чи порталом "Дія" користувалося 52% українців, для порівняння – у 2021 р. цей показник становив 30%, у 2020 р. – 13%. Зокрема, електронними послугами зараз користується 63% українців, що у 4 рази більше, ніж у 2020 р. Водночас обсяги користування електронними послугами порівняно з 2020 р. зросли серед українців усіх вікових категорій, найвище зростання – серед людей старшого віку, тож розрив між віковими категоріями скорочується. Упродовж 2022 року у "Дії" запустили 39 нових послуг [19-20].

Базою для відродження міського середовища та управління містами, громадянської участі та електронного громадянства слугуватимуть перш за все великі дані – технології збору, обробки та зберігання структурованих і неструктурованих масивів інформації, які характеризуються значним обсягом і швидкістю змін. Перспективним підходом при створенні системи управління туристичною дестинацією є використання штучного інтелекту – системи, яка здатна з певним ступенем автономності сприймати інформацію, навчатися і приймати рішення на основі аналізу великих масивів даних, в тому числі імітуючи людську поведінку, технології розподіленого реєстру, квантові технології, комп'ютерний інжиніринг, технології віртуальної та доповненої реальності та інші.

Цифрова трансформація у туристичній галузі може бути розглянута через призму особливостей сфери послуг, серед яких можна виділити: розумний напрямок, розумний бізнес, розумний досвід. Перший стосується інтеграції у фізичну інфраструктуру для забезпечення мобільності, розподілу ресурсів і забезпечення стабільної якості життя для жителів і відвідувачів. Другий зазначає цифровізацію ділових процесів і створення складної екосистеми з тісною державно-приватною співпрацею з метою обміну ресурсами та спільного створення туристичного досвіду. Третій стосується покращення та збагачення досвіду за допомогою персоналізації надання послуг та моніторингу бізнес-процесів в реальному часі.

У деяких країнах світу вже зараз при розвитку туристичних дестинацій державні програми акцентуються на розвитку "розумного" напрямку. Це досягається за рахунок створення сприятливих умов та широких можливостей для підтримки розумного бізнесу (smart business), що сприяє створенню розумної дестинації (smart destination). За рейтингом дослідницької компанії Juniper Research Intel (оцінку було складено за 4 критеріями: мобільність, якість охорони здоров'я, безпека життя і продуктивність / залученість), у 2021 р. Сінгапур посів перше місце, досягнувши версії 3.0. Такий результат вдалося досягти завдяки дії Національної старт-програми. У Сан-Франциско та Лондоні міста застосували власні технологічні рішення з метою зменшення дорожнього руху – це дало їм змогу зайняти відповідно друге та третє місце. Переможцями з безпеки стали, крім Сінгапуру, Нью-Йорк і Чикаго. Лідируючими містами у сфері охорони здоров'я стали також Сеул і Лондон. І Сінгапур, і Сеул були відзначені завдяки зосередженості на наданні медичних послуг для громадян похилого віку за допомогою низки технологій, у тому числі цифрових послуг спеціальної платформи, а також пристроям віддаленого моніторингу. Доступ до цифрових послуг і міської інформації має важливе значення для підвищення показника залученості громадян. У цьому плані Сінгапур, Лондон і Чикаго виявилися лідерами, кожен з яких має великі сховища відкритих даних [21].

Професіонали інформаційної галузі зазначають, що можливості для галузі туризму не використовуються в повному обсязі, вони значно ширші. Ілюстрацією слугує використання чат-ботів – це текстовий і іноді звуковий інтерфейс, за допомогою якого користувачі можуть спілкуватися на різні теми, їх можливості майже рівні сайтам та додаткам. Чат-боти можуть слугувати прикладом поєднання розумного бізнесу з розумним досвідом. З 2016 р. чат-боти використовуються в різних галузях промисловості для автоматизації обслуговування клієнтів, пошуку потенційних відвідувачів,

бронювання, планування зустрічей та інше. Чат-боти дозволяють підприємцям виконувати аналіз даних у режимі реального часу, вони можуть зберігати та обробляти велику кількість інформації на основі розмов, які вони проводять з користувачами. За даними міжнародної компанії з поведінкового маркетингу SaleCycle, 30% гостей готелю, які взаємодіють з чат-ботом, витратили б більше, ніж ті, хто цього не робить [22]. Чат-боти на веб-сайтах готелів можуть відігравати вирішальну роль у витратах клієнтів, при цьому надаючи можливість детально сегментувати базу даних і отже, працювати більш ефективно у всіх маркетингових компаніях. Простір для використання їх у туристичній галузі найширший, від планування подорожі та уточнень побажання клієнта, до отримання зворотного зв'язку після отримання вражень.

Для позиціонування нашої країни як безпечної та сучасної дуже важливо створити віртуальну відкритість. Вважаємо, що державна політика розвитку туризму повинна робити акцент на спільному використанні туристами і місцевою громадою результатів розвитку розумної дестинації, у тому числі через розвиток внутрішнього ринку споживання інформаційно-комунікаційних та цифрових технологій.

При підготовці фахівців туристичної сфери доцільно навчання обслуговування та налаштування до ефективного використання сучасних інформаційних технологій. Для таких проєктів потрібні фахівці у створенні інноваційних розробок, які перетворюють туристичний сектор з використанням цифрових та інтерактивних моделей.

Головною проблемою цифровізації туристичної галузі ми вважаємо відсутність чіткої стратегії та плану – як у державному секторі, так і на підприємствах, а вже потім поєднуються недостатнє фінансування, нестача кваліфікованого персоналу для проведення оцифрування та недостатня довіра з боку споживачів. На складеному авторами рис. 3 наведено приклад впровадження стратегії цифровізації туристичної галузі в Україні, із акцентом на комплексність та безперервність даного процесу. Оскільки туризм є важливою складовою стратегічної економічної діяльності, доцільно перш за все надати доступ до безкоштовного Wi-Fi на вулицях та в громадських місцях, інформувати в реальному часі про рух транспорту чи інциденти в громадському транспорті, проводити культурні та інтерактивні заходи задля навчання та залучення громадян.

У цьому сенсі цікавим є проєкт "Забезпечення 100% населення доступом до інтернету зі швидкістю 1 Гбіт/сек" (у рамках національної програми "Основи відновлення: Цифрова держава" [23]). Для цього вітчизняні провайдери постійно модернізують оптичну мережу. Зокрема, наприкінці 2022 р. Київстар інвестував 50 млн грн у джерела безперебійного живлення для роботи послуги "Домашній Інтернет", що допоможе забезпечити інтернетом будинки під час відключень електроенергії не тільки у воєнний час, а й у період відновлення.

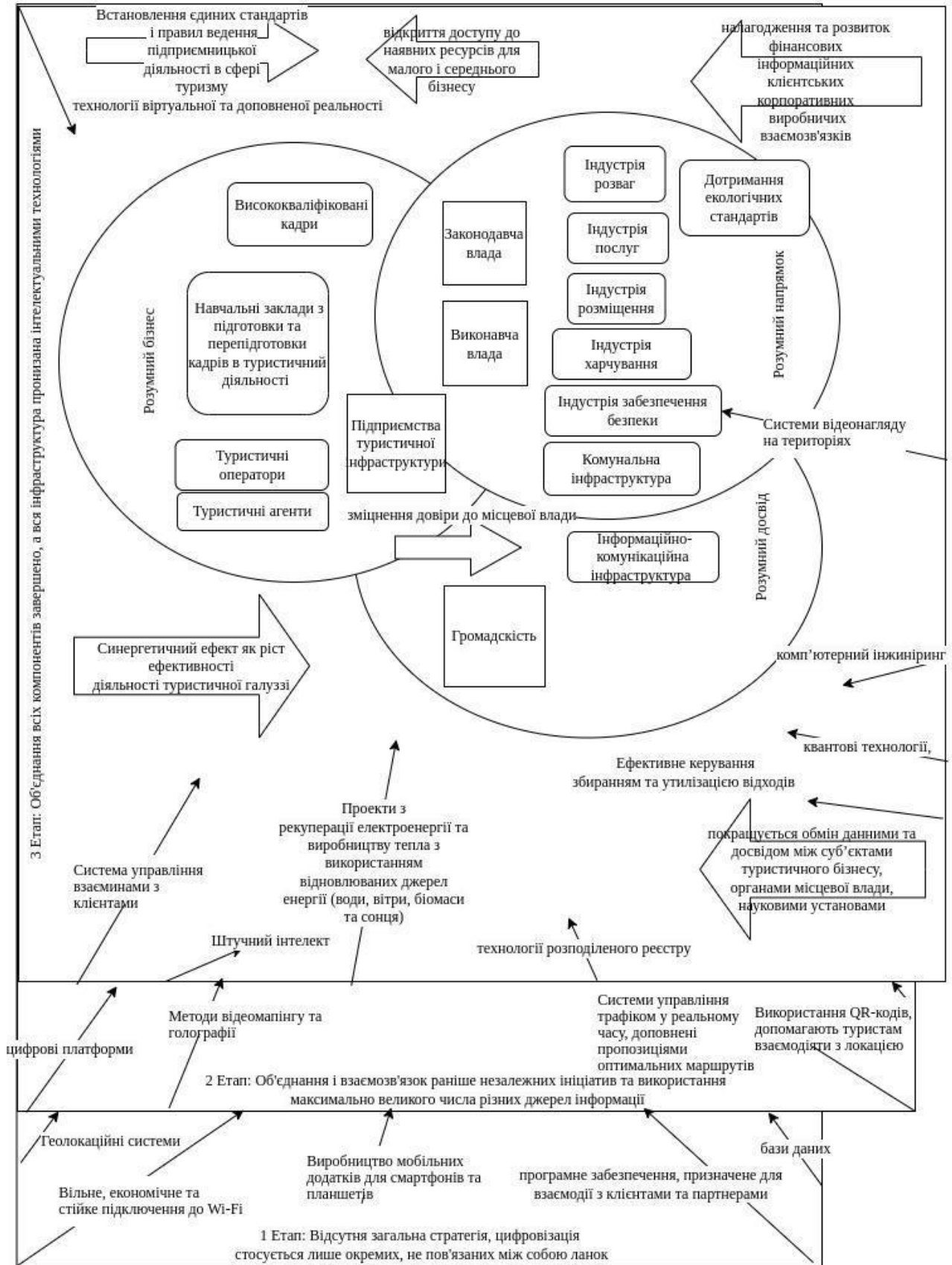


Рис. 3. Етапи цифровізації туристичної дестинації

Джерело: Власна розробка авторів

Перехід до цифрового суспільства – це не стільки комфортне життя за рахунок використання новітніх технологій, а перш за все активне громадянство, суспільство, яке керує сучасними технологіями, приймає активну участь в демократичному житті та відродженні і розвитку міст та прилеглих до них рекреаційних територій для підвищення ефективності створення та використання туристичних продуктів для сталого розвитку туристичних дестинацій.

Наступним кроком є впровадження штучного інтелекту в усі ланки туристичної галузі, що дасть змогу користувачам швидко знаходити релевантну інформацію, підтримає більшу мобільність, покращить процес прийняття рішень і забезпечить кращий туристичний досвід. В умовах державно-приватного партнерства такий підхід допоможе керувати ресурсами, створювати персональну пропозицію для кожного клієнта, аналізувати обсяги даних, значно перевищуючи людські можливості, відтворювати моделі розвитку туристичних дестинацій на основі вже існуючих прикладів.

План відновлення України у програмі "Відновлення та модернізація житла та інфраструктури регіонів" містить проекти з відбудови міських систем. Вони стосуються будівництва нових мереж водовідведення та водопостачання, модернізації централізованого опалення, а також створення інформаційно-аналітичної системи збору, обробки та аналізу інформації від підприємств сфери житлово-комунального господарства. Джерелами даних можуть бути й інші системи: розумне освітлення, управління світлофорами, розумний паркінг, розумна зупинка, smart ticket, розумні камери спостереження тощо [19].

Висновки і перспективи подальших досліджень. Міжнародний досвід показує, що саме держава створює цілісно сформоване бачення (стратегію), ділове середовище розвитку, вектори цінностей у країні. Оскільки Україна знаходиться на шляху розбудови громадянського цифрового суспільства, то доцільно переконати мешканців у важливості діджиталізації, як у підприємницькій діяльності, так і у побуті. Туризм як галузь може стати провідним та показовим сектором, оскільки характеризується широкою залученістю клієнтів та має значний культурний вплив. Поступове впровадження новітніх технологій сприятиме залученню іноземних інвестицій, трансформацію всіх секторів економіки в конкурентоспроможні, більшу залученість громадян. Використовуючи галузь туризму як показову, можливо продемонструвати позитивні сторони такої трансформації, такі як: зручність, зростання обсягів продажу, економію часу, спрощення оброблення та передавання великої кількості інформації, появу нових професій. Перспективним у цьому напрямі досліджень є розроблення та впровадження програм цифровізації ділового середовища та сфери послуг на рівні окремих туристичних дестинацій, з урахуванням місцевих особливостей споживчого попиту та характеристик рекреаційних ресурсів.

Джерела та література

1. Мельниченко С. В. Цифровізація туризму в постковідний період. *Матеріали XIII Міжнародної науково-практичної конференції "Туристичний та готельно-ресторанний бізнес в Україні: проблеми розвитку та регулювання"* (24-25.03.2022). Т. 1. Черкаси : Гордієнко Є.І., 2022. 153 с. С. 28-29.
2. Melnychenko S., Tkachenko T., Dupliak T. Digitalisation as a tool of tourism recovery in European Union in post-COVID-19. *Financial and credit activity problems of theory and practice*. 2021. № 6(41). С. 427-436.
3. Бойко М., Бовш Л., Охріменко А. Кризостійкість туристичного бізнесу в умовах воєнного стану. *Товари і ринки*. 2022. № 2. С. 31-47. URL: <http://journals.knute.edu.ua/commodities-and-markets/article/view/996/956>
4. Мазараки А., Бойко М., Босовська М. Трансформація туризму в суспільстві 5.0. *Вісник КНТЕУ*. 2020. № 4. С. 33-54. DOI: [http://doi.org/10.31617/visnik.knute.2020\(132\)03](http://doi.org/10.31617/visnik.knute.2020(132)03)
5. Савіна Г. Г., Яковенко О. В. Управління клієнтською базою туристичного підприємства із застосуванням інтернет-ресурсів: економічний аспект. *Науковий вісник Ужгородського національного університету*. 2019. Вип. 25. Ч. 2. С. 107-110. URL : http://www.visnyk-econom.uzhnu.uz.ua/archive/24_3_2019ua/12.pdf
6. Приходько В. П., Єгорова О. О., Кропова О. С. "Розумні міста" у процесах інноваційного розвитку Європейського Союзу: таргетування, ресурси та потенціал. *Науковий вісник Ужгородського національного університету*. 2019. Вип. 24. Ч. 3. С. 53-59. URL: http://www.visnyk-econom.uzhnu.uz.ua/archive/24_3_2019ua/12.pdf
7. Басюк Д. І., Срібна С. В., Примак Т. Ю. Досвід країн Європейського Союзу щодо розвитку смарт-дестинацій. *Ефективна економіка*. 2019. № 1. DOI: <http://doi.org/10.32702/2307-2105-2019.1.8>

8. Жосан Г. Стан розвитку діджиталізації в Україні. *Економічний аналіз*. 2020. Т. 30. № 1. Ч. 2. С. 44-52. DOI: <https://doi.org/10.35774/econa2020.01.02.044>
9. Schwab K. The Fourth Industrial Revolution: what it means, how to respond. URL: <https://www.weforum.org/agenda/2016/01/the-fourth-industrial-revolution-what-it-means-and-how-to-respond/>
10. Hojehghan S. B., Esfangareh A. N. Digital economy and tourism impacts, influences and challenges. *Procedia – Social and Behavioral Sciences*. 2011. Vol. 19. Pp. 308-316. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2011.05.136>
11. Tang R. Digital economy drives tourism development – empirical evidence based on the UK. *Economic Research – Ekonomska Istrazivanja*. 2023. Vol. 36. Issue 1. Article 19. DOI: <https://doi.org/10.1080/1331677X.2022.2094443>
12. Digitization, digitalization and digital transformation: the differences / i-SCOOP. URL: <https://www.i-scoop.eu/digital-transformation/digitization-digitalization-digital-transformation-disruption/>
13. BusinessDictionary. Smart Cities. URL : <http://www.businessdictionary.com/definition/smart-city.html>
14. Deakin M. Smart cities: the state-of-the-art and governance challenge. *Triple Helix*. 2014. № 1. Article 7. DOI: <https://doi.org/10.1186/s40604-014-0007-9>
15. Revenue share of sales channels of the global travel and tourism market from 2017 to 2026. URL: <https://www.statista.com/forecasts/1239068/sales-channels-travel-tourism-worldwide>
16. Number of bookings through Booking Holdings worldwide from 2010 to 2021, by business segment. URL: <https://www.statista.com/statistics/225471/booking-holdings-bookings-by-segment/>
17. Gross booking value of Airbnb bookings worldwide from 2017 to 2021. URL: <https://www.statista.com/statistics/1193536/airbnb-gross-booking-value-worldwide/>
18. Україна долучилася до Програми "Цифрова Європа" / Міністерство цифрової трансформації України. URL: <https://thedigital.gov.ua/news/ukraina-doluchilasya-do-programi-tsfrova-evropa-shcho-tse-oznachaе>
19. Проект Плану відновлення України / Національна рада з відновлення України від наслідків війни (липень 2022). – 350 с. URL: <https://www.kmu.gov.ua/storage/app/sites/1/recoveryrada/ua/construction-urban-planning-modernization-of-cities-and-regions.pdf>
20. Думки і погляди населення України щодо державних електронних послуг : аналітичний звіт. Київ, 2022. 58 с. URL: https://www.kiis.com.ua/materials/pr/20230201_z/Report%20Opinions%20and%20views%20of%20the%20Ukrainian%20population%20regarding%20state%20electronic%20services.pdf ; Укрінформ, новини від 25.01.2023 р. <https://www.ukrinform.ua/rubric-presshall/3658140-doslidzenna-skilki-ukrainciv-koristuutsa-eposlugami-ta-aki-servisi-najpopularnisi.html>
21. Smart Cities ~ Technologies Shaping the Urban Future. URL: <https://www.juniperresearch.com/whitepapers/smart-cities-technologies-shaping-the-urban>
22. Ward B., Turnbull C. 11 Ecommerce Statistics & Market Size Trends 2022/23. URL: <https://www.salecycle.com/blog/stats/ecommerce-statistics/>
23. Національна програма "Основи відновлення: Цифрова держава". Офіційний сайт. URL: <https://recovery.gov.ua/project/program/digital-government>

References

1. Melnychenko, S. V. (2022). Digitalization of tourism in the post-covid period [Tsyfrovizatsiia turizmu v postkovidnyi period]. *Materialy KhIII Mizhnarodnoi naukovopraktychnoi konferentsii "Turystychnyi ta hotelno-restoranni biznes v Ukraini: problemy rozvytku ta rehulivannia" (24-25.03.2022)*. Vol. 1. Cherkasy : Hordienko Y.I., 2022. 153 p. Pp. 28-29.
2. Melnychenko, S., Tkachenko, T., and Dupliak, T.(2021). Digitalisation as a tool of tourism recovery in European Union in post-COVID-19. *Financial and credit activity problems of theory and practice*. № 6(41). Pp. 427-436.
3. Boiko, M., Bovsh, L., and Okhrimenko, A. (2022). Resilience of the Tourism Business under Martial Law [Kryzostiikist turystychnoho biznesu v umovakh voiennoho stanu]. *Tovary i rynky*. № 2. Pp. 31-47. URL: <http://journals.knute.edu.ua/commodities-and-markets/article/view/996/956>
4. Mazaraki, A., Boiko, M., and Bosovska, M. (2020). Transformation of tourism in society 5.0 [Transformatsiia turizmu v suspilstvi 5.0]. *Visnyk KNTEU*. № 4. Pp. 33-54. DOI: [http://doi.org/10.31617/visnik.knute.2020\(132\)03](http://doi.org/10.31617/visnik.knute.2020(132)03)
5. Savina, H. H., and Yakovenko, O. V. (2019). Management of the Customer Base of a Tourism Enterprise with the Use of Internet Resources: Economic Aspect [Upravlinnia klientskoio bazoio turystychnoho pidpriemstva iz zastosuvanniam internet-resursiv: ekonomichni aspekt]. *Naukovyi visnyk Uzhhorodskoho natsionalnoho universytetu*. 2019. Issue 25. Part. 2. Pp. 107-110. URL : http://www.visnyk-econom.uzhnu.uz.ua/archive/24_3_2019ua/12.pdf
6. Prykhodko, V. P., Yehorova, O. O., and Kropova, O. S. (2019). "Smart Cities" in the Processes of Innovative Development of the European Union: Targeting, Resources and Potential ["Rozumni mista" u protsesakh

innovatsiinoho rozvytku yevropeiskoho soiuзу: tarhetuvannia, resursy ta potentsial]. *Naukovyi visnyk Uzhhorodskoho natsionalnoho universytetu*. Issue 24. Part 3. Pp. 53-59. URL: http://www.visnyk-econom.uzhnu.uz.ua/archive/24_3_2019ua/12.pdf

7. Basiuk, D. I., Cribna, S. V., and Prymak T. Y. (2019). Experience of the European Union countries in the development of smart destinations [Dosvid krain Yevropeiskoho Soiuзу shchodo rozvytku smart-destynatsii]. *Efektivna ekonomika*. 2019. № 1. DOI: <http://doi.org/10.32702/2307-2105-2019.1.8>

8. Zhosan, H. (2020). The state of digitalization in Ukraine [Stan rozvytku didzhytalizatsii v Ukraini]. *Ekonomichnyi analiz*. Vol. 30. № 1. Part 2. Pp. 44-52. DOI: <https://doi.org/10.35774/econa2020.01.02.044>

9. Schwab K. The Fourth Industrial Revolution: what it means, how to respond. URL: <https://www.weforum.org/agenda/2016/01/the-fourth-industrial-revolution-what-it-means-and-how-to-respond/>

10. Hojaghan S. B., Esfangareh A. N. (2011). Digital economy and tourism impacts, influences and challenges. *Procedia – Social and Behavioral Sciences*. 2011. Vol. 19. Pp. 308-316. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2011.05.136>

11. Tang R. (2023). Digital economy drives tourism development – empirical evidence based on the UK. *Economic Research – Ekonomska Istrazivanja*. Vol. 36. Issue 1. Article 19. DOI: <https://doi.org/10.1080/1331677X.2022.2094443>

12. Digitization, digitalization and digital transformation: the differences / i-SCOOP. URL: <https://www.i-scoop.eu/digital-transformation/digitization-digitalization-digital-transformation-disruption/>

13. BusinessDictionary. Smart Cities. URL : <http://www.businessdictionary.com/definition/smart-city.html>

14. Deakin, M. (2014). Smart cities: the state-of-the-art and governance challenge. *Triple Helix*. № 1. Article 7. DOI: <https://doi.org/10.1186/s40604-014-0007-9>

15. Revenue share of sales channels of the global travel and tourism market from 2017 to 2026. URL: <https://www.statista.com/forecasts/1239068/sales-channels-travel-tourism-worldwide>

16. Number of bookings through Booking Holdings worldwide from 2010 to 2021, by business segment. URL: <https://www.statista.com/statistics/225471/booking-holdings-bookings-by-segment/>

17. Gross booking value of Airbnb bookings worldwide from 2017 to 2021. URL: <https://www.statista.com/statistics/1193536/airbnb-gross-booking-value-worldwide/>

18. Ukraine has joined the Digital Europe Program / Ministry of Digital Transformation of Ukraine. [Ukraina doluchylasia do Prohramy "Tsyfrova Yevropa" / Ministerstvo tsyfrovoy transformatsii Ukrainy]. URL: <https://thedigital.gov.ua/news/ukraina-doluchilasya-do-programy-tsifrova-evropa-shcho-tse-oznachae>

19. Draft Recovery Plan for Ukraine / National Council for the Reconstruction of Ukraine from the Consequences of War [Proiekt Planu vidnovlennia Ukrainy / Natsionalna rada z vidnovlennia Ukrainy vid naslidkiv viiny] (July 2022). – 350 p. URL: <https://www.kmu.gov.ua/storage/app/sites/1/recoveryrada/ua/construction-urban-planning-modernization-of-cities-and-regions.pdf>

20. Opinions and views of the Ukrainian population on state electronic services: analytical report [Dumky i pohliady naseleennia Ukrainy shchodo derzhavnykh elektronnykh posluh : analitychnyi zvit]. Kyiv, 2022. 58 p. URL: https://www.kiis.com.ua/materials/pr/20230201_z/Report%20Opinions%20and%20views%20of%20the%20Ukrainian%20population%20regarding%20state%20electronic%20services.pdf ; Ukrinform, news of January 25, 2023. [Ukrinform, novyny vid 25.01.2023 r.] <https://www.ukrinform.ua/rubric-presshall/3658140-doslizenna-skilki-ukrainciv-koristuutsa-eposlugami-ta-aki-servisi-najpopularnisi.html>

21. Smart Cities ~ Technologies Shaping the Urban Future. URL: <https://www.juniperresearch.com/whitepapers/smart-cities-technologies-shaping-the-urban>

22. Ward B., Turnbull C. 11 Ecommerce Statistics & Market Size Trends 2022/23. URL: <https://www.salecycle.com/blog/stats/ecommerce-statistics/>

23. National Program "Fundamentals of Recovery: Digital State". Official website. [Natsionalna prohrama "Osnovy vidnovlennia: Tsyfrova derzhava". Ofitsiyni sait]. URL: <https://recovery.gov.ua/project/program/digital-government>

Стаття надійшла до редакції 02.02.2023 р.