

УДК: 338.48: 004.9

DOI: 10.31891/2307-5740-2021-300-6-36

ІЛЬНИЦЬКА-ГИКАВЧУК Г. Я.

ORCID ID: 0000-0003-4176-2784

e-mail: Halyna.Y.Ilnytska-Hukavchuk@lpnu.ua

Національний університет «Львівська політехніка»

РОЛЬ ЦИФРОВИХ ПЛАТФОРМ В ЗРОСТАННІ ТУРИСТИЧНОГО БІЗНЕСУ

У статті розглянуто сутність діджиталізації, а також переваги від її впровадження. Найбільш поширеними в сфері туризму цифровими технологіями є Big Data, blockchain, штучний інтелект, мобільні додатки, технології віртуалізації, інтелектуальні роботи, Інтернет речей тощо. Впроваджуючи цифрові технології, слід дотримуватись таких принципів, як ефективність, доцільність, обґрунтованість, системність, адаптивність, сталість. Основними стримуючими чинниками застосування цифрових технологій є їх висока вартість, відсутній або слабкий Інтернет-зв'язок, недосконалість законодавства, відсутність окремих технологій, а також державної підтримки їх впровадження. Недоліками цифровізації є те, що вона може призводити до безробіття, існують також проблеми безпеки.

Ключові слова: інформаційні технології, цифрові платформи, діджиталізація, туризм, блокчейн.

GALINA ILNITSKA-GYKAVCHUK

National University «Lviv Polytechnic»

THE ROLE OF DIGITAL PLATFORMS IN THE GROWTH OF THE TOURIST BUSINESS

The article considers the role of digital platforms in the growth of the tourism business. The advantages of the introduction of digital platforms include: stimulating innovation, expanding the market, reducing costs, improving security, quality of operations, the formation of consumer value, improving the efficiency of enterprises, profitability, competitiveness. The first digital innovations in tourism appeared in the field of transport and accommodation services (e-booking, e-tickets, e-visas). The most common digital technologies in the field of tourism are Big Data, blockchain, artificial intelligence, mobile applications, virtualization technologies, intellectual works, the Internet of Things, etc. Digital technologies are also an effective tool for promoting the tourism potential of cities and are used by "smart" tourist destinations. They are already partially implemented in such cities as Lviv, Kyiv, Odessa. When implementing digital technologies, the following principles should be followed: efficiency (the benefits and costs of innovation should be compared), expediency (innovations should be useful and necessary), validity (need to justify the need for innovation), system (digital technologies should be implemented in different areas), adaptability (adaptation to specific conditions), sustainability (innovations should bring useful economic, environmental and social effects). The main deterrents to the use of digital technologies are their high cost, no or weak Internet connection, imperfect legislation, lack of certain technologies, as well as government support for their implementation. The disadvantages of digitalization are that it can lead to unemployment, and there are also security concerns. Digital technologies will continue to actively develop, will capture all spheres of public life.

Keywords: information technologies, digital platforms, digitalization, tourism, blockchain.

Постановка проблеми у загальному вигляді

та її зв'язок з важливими науковими чи практичними завданнями

Сучасний розвиток туризму характеризується широким впровадженням інформаційних технологій, які дають змогу підвищити конкурентоспроможність туристичного сектору, його популяризувати. При цьому цифрові технології застосовуються на міжнародному, національному, регіональному рівнях та на рівні окремих підприємств. Так, впровадження передових інноваційних технологій на міжнародному рівні сприяє глобалізації туристичного ринку, спрощенню та пришвидшенню різноманітних процесів, пов'язаних з туристичним обслуговуванням, є потужним маркетинговим інструментом для просування туристичного продукту на міжнародний ринок. Цифрові технології активно розвиваються і є особливо актуальними в період пандемії Covid-19, оскільки вони виступають засобами рекламування, презентації туристичного потенціалу певних дестинацій, спрощують туристичні процедури, пов'язані з пошуком, бронюванням турів, оформленням документів, сприяють наданню туристам різної інформації та інше.

Аналіз останніх досліджень і публікацій

Питаннями застосування цифрових платформ в туристичному бізнесі займалися такі вчені, як Гапоненко Г.І., Кожухівська Р.Б., Марусей Т.В., Непочатенко В.О., Токаренко О.І., Черемісіна Т.В. та ін.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми, котрим присвячується стаття.

Незважаючи на значну кількість досліджень у цій сфері, питання впровадження цифрових платформ в туризмі, ефекту від них, обмежуючих чинників, принципів потребують подальших досліджень.

Формулювання цілей статті

Метою статті є розкриття сутності діджиталізації, основних видів цифрових технологій в сфері туризму, принципів діджиталізації туристичного бізнесу, проблем запровадження та переваг даного процесу.

Виклад основного матеріалу.

Сучасним трендом розвитку туризму є діджиталізація. Під поняттям діджиталізація (від англ. digitalization) розуміють впровадження цифрових технологій в різноманітні сфери життя суспільства, в тому числі і в туризм.

До переваг від впровадження цифрових платформ можна віднести стимулювання інновацій, розширення ринку збуту, зниження витрат, підвищення безпеки, якості операцій, формування споживчої цінності, підвищення ефективності діяльності підприємств, прибутковості, конкурентоспроможності.

Перші цифрові інновації в туризмі, пов'язані з цифровими технологіями, з'явилися в галузі транспортних послуг та послуг розміщення (електронне бронювання, електронні квитки, електронні візи). Однією з найперших інновацій виступає послуга «електронний квиток», а також електронні продажі. Відомі глобальні розподільчі системи – AMADEUS, Worldspan, Galileo, Sabre – забезпечують швидке і зручне бронювання номерів, квитків на транспорт, різні спортивні та культурні заходи тощо. Загалом, до цифрових технологій в туристичній діяльності можна віднести [1] Big Data, blockchain, штучний інтелект, мобільні додатки, технології віртуалізації, інтелектуальні роботи, Інтернет речей тощо.

Великі дані (Big Data) – це технології, призначені для одержання економічної вигоди від великих обсягів інформації шляхом її швидкого пошуку, аналізу. Дані технології дають змогу збирати та обробляти інформацію щодо відгуків споживачів, їх бажань стосовно послуг, відвідування DESTINAЦІЙ, управляти громадським транспортом тощо.

Технології blockchain в туризмі підвищують безпеку та швидкість операцій, спрощують операції, дають змогу збирати і надавати доступ користувачам до різної інформації, знижують вартість турпродукту. Застосування блокчейну в туризмі зосереджено в таких сферах: страхування, ідентифікація, бронювання авіаквитків та житла, відстеження багажу, система платежів тощо [2].

Щодо страхування, то старт-контракти допомагають туристам отримати компенсацію за скасований рейс, а також бронювати нові квитки. Служби ідентифікації зберігають інформацію по особах і надають доступ до неї. Це пришвидшує процес реєстрації клієнтів в аеропортах, коли ідентифікація відбувається за відбитком пальця чи сітківкою ока і не потрібні документи.

Технологія blockchain дає змогу відстежувати рух багажу між різними аеропортами, особливо коли це стосується міжнародних подорожей. Полегшується також система оплати при закордонних транзакціях, коли не треба обмінювати валюту при подорожі закордон. Платежі стають більш простими та безпечними, є можливість туристичним компаніям приймати платежі за допомогою біткойна чи інших криптовалют. Слід зазначити, що в Україні блокчейн недостатньо поширений через наступні причини [2]: відсутність його нормативно-правового регулювання; висока вартість придбання технології; можливі технічні проблеми.

Штучний інтелект – комплекс технологій та процесів, які можуть обробляти великий масив інформації. Сюди входять віртуальні агенти (чат-боти, віртуальні помічники). Ця технологія дозволяє швидко обробляти та надавати інформацію, покращує якість та безпеку послуг.

За допомогою штучного інтелекту можна покращити якість обслуговування клієнтів за рахунок персоналізації послуг (технологія NEC NeoFace Express). Так, важливою конкурентною перевагою є швидке формування послуг, які найбільш підходять для певного клієнта. Для цього необхідно зібрати великий масив інформації про попередній туристичний досвід клієнта, в чому і помагає штучний інтелект. Прикладом віртуального помічника туроператора є продукт від компанії Mezi. За допомогою пошукових систем Mezi створює найкращий варіант туристичної подорожі, враховуючи повідомлення користувачів.

Чат-боти – це програми, які імітують розмову з людиною в інтернеті. На даний час вони витісняють комунікаційний та email маркетинг. Чат-боти дозволяють працювати з клієнтами цілодобово, економити на персоналі, оренді приміщень, надають первинну інформацію клієнтам. Їх можна створити на основі таких додатків, як Telegram, Messenger, Viber, Skype та ін.

Віртуалізація виступає ефективним маркетинговим інструментом продажу продукту, оскільки надає можливість споживачам ознайомитися з продуктом, побачити його, вибрати те, що потрібне, якнайкраще задовільнити потреби.

Ознайомитися споживачу з певною DESTINAЦІЄЮ можна через віртуальні тури. Віртуальний туризм виступає маркетинговим інструментом з просування продукту, допомагає туристу визначитися з колом його інтересів, більш повно їх задовільнити. Однією з цих технологій є 3D-панорама, яка складається з кількох фотографій, які об'єднані за допомогою програмного забезпечення в одне зображення. Вона створює враження присутності клієнта в певному місці [3].

До цифрових технологій відноситься також робототехнологія, яка впроваджена як в туристичному, так і в готельному секторах. Так, в Японії мережа готелів «Henn na Hotel» першою в світі впровадила роботів-персонал для полегшення та здешевлення процедури обслуговування гостей [4]. Роботи використовуються на стійці реєстрації, а також як носильники багажів, консьєржи. Вони подають відвідувачам напої, дають відповіді на запитання на різних мовах. Є практика впровадження таких роботів в аеропортах, в туристичних агенціях різних країн світу.

Технологія «Інтернет речей» – це підключення до Інтернету різних пристроїв, які можуть передавати та приймати дані, здійснювати операції без участі людини [4]. Приклади інтернету речей в туризмі:

1. Особистий контроль, що дає змогу клієнту за допомогою телефону, комп'ютеру включати світло в номері, телебачення, регулювати температуру, відкривати номери тощо.

2. Системи енергозбереження, які дають змогу заощаджувати фінансові ресурси готелів за рахунок економії ресурсів (наприклад, вимикаються електроприлади якщо гостя немає в номері).

Досить поширеними є цифрові додатки. Вони виконують такі функції: пошук і замовлення авіаквитків, бронювання готелів, оренда автомобілів тощо. Наприклад, бронювати авіаквитки допомагає Aviasales, номери в готелях – Ostrovok.ru, Booking.com, Agoda і Online Travel Agencies; орендувати автомобілі – Uber, Gett.

Цифрові технології також є ефективним інструментом для популяризації туристичного потенціалу міст. Так, прогресивними є моделі «розумних» туристичних дестинацій, які активно використовують дані технології. Вони вже частково впроваджені в таких містах, як Львів, Київ, Одеса.

Основними smart-технологіями для розвитку туристичного продукту міста є [5]: 1) запровадження хмарних технологій у різних сферах (транспортній, туристичній, адмініструванні, медичній, екологічній, соціальній тощо), а також розширення місць використання Wi-Fi; 2) використання QR-кодів на всіх туристичних об'єктах, які давали б змогу отримувати текстову, графічну інформацію, 3D-моделі, аудіоінформацію на багатьох мовах; 3) створення туристичного мобільного додатку міста; 4) єдиний туристичний квиток на всі види транспорту; 5) розміщення веб-камер біля основних туристичних об'єктів міста (пам'ятників і т. д.), а також розміщення інформації про об'єкт на стендах різними мовами із QR-кодами; 6) переобладнання зупинок наземного громадського транспорту smart-елементами англійською мовою про маршрут та ін.

Так, у Львові наявні такі мобільні додатки для туристів: Lviv.Travel Places (містить інформацію про цікаві об'єкти міста), Lviv Places (це туристичний путівник по місту); Lviv Guide (допомагає знайти об'єкти), Афіша Львова (надає інформацію про цікаві події), Планета Кіно IMAX, Easy Way mobile (маршрути громадського транспорту України), «iTaxi» (допоможе знайти найближче таксі і зробити замовлення) та інші.

При цьому здійснюючи будь-які нововведення, в тому числі і впроваджуючи цифрові технології, слід дотримуватись таких принципів, як ефективність (слід порівнювати вигоди і витрати від впровадження інновацій), доцільність (нововведення мають бути корисними та потрібними), обґрунтованість (потрібно обґрунтувати необхідність, потребу в інноваціях), системність (цифрові технології мають впроваджуватися в різні сфери), адаптивність (приспосовування до конкретних умов), сталість (інновації повинні приносити корисний економічний, екологічний та соціальний ефекти).

Висновки з дослідження і перспективи подальших розвідок у цьому напрямі

Отже, діджиталізація в туризмі набуває різних форм і дає переваги для держави, регіону, окремого підприємства, споживача. Водночас існують певні обмежуючі чинники використання цифрових технологій, основними з яких є їх висока вартість, відсутній або слабкий Інтернет-зв'язок, недосконалість законодавства, відсутність окремих технологій, а також державної підтримки їх впровадження та інші. Недоліками цифровізації є те, що вона може приводити до безробіття (оскільки працю людини витісняють технології), існують також проблеми безпеки (зокрема ризик здійснення операцій через Інтернет). Проте цифрові технології і надалі будуть активно розвиватися, захоплюватимуть всі сфери суспільного життя, тому дане питання потребує детального його вивчення, вдосконалення та впровадження.

Література

1. Кожухівська Р.Б. Digital-технології як основа розвитку туристичної діяльності в Україні / Р.Б. Кожухівська, В.О. Непочатенко // Економіка та держава. – 2020. – № 7. – С. 93–98.
2. Гапоненко Г.І. Перспективи використання технології блокчейну в туристичній галузі / Г.І. Гапоненко, В.Ю. Василенко // Вісник ХНУ ім. В.Н. Каразіна. Серія «Міжнародні відносини. Економіка. Країнознавство. Туризм». – 2019. – Вип. 10. – С. 193–199.
3. Марусей Т.В. Діджиталізація туристичного сектору як інструмент розвитку в сучасних умовах / Т.В. Марусей // Ефективна економіка : електронне наукове фахове видання. – 2020. – № 8.
4. Токаренко О.І. Цифрові технології у міжнародному туризмі та готельній індустрії / О.І. Токаренко, Т.В. Черемісіна, Н.І. Бабіна // Інфраструктура ринку. – 2020. – Випуск 44. – С. 126–130.
5. Дащук Ю.Є. Досвід використання smart-технологій в управлінні туристичним продуктом міста / Ю.Є. Дащук, М.І. Лепкий // Приазовський економічний вісник. – 2019. – Випуск 3(14). – С. 294–299.

References

1. Kozhukhivska R.B. Digital-tehnolohii yak osnova rozvytku turystychnoi diialnosti v Ukraini / R.B. Kozhukhivska, V.O. Nepochatenko // Ekonomika ta derzhava. – 2020. – № 7. – S. 93–98.
2. Haponenko H.I. Perspektyvy vykorystannia tehnolohii blokcheinu v turystychnii haluzi / H.I. Haponenko, V.Iu. Vasylenko // Visnyk KhNU im. V.N. Karazina. Serii «Mizhnarodni vidnosyny. Ekonomika. Krainoznavstvo. Turyzm». – 2019. – Vyp. 10. – S. 193–199.
3. Marusei T.V. Didzhytalizatsiia turystychnoho sektoru yak instrument rozvytku v suchasnykh umovakh / T.V. Marusei // Efektivna ekonomika : elektronne naukovе fakhove vydannia. – 2020. – № 8.
4. Tokarenko O.I. Tsyfrovі tehnolohii u mizhnarodnomu turyzmi ta hotelnii indistrii / O.I. Tokarenko, T.V. Cheremisina, N.I. Babina // Infrastruktura rynku. – 2020. – Vypusk 44. – S. 126–130.
5. Dashchuk Yu.Ie. Dosvid vykorystannia smart-tehnolohii v upravlinni turystychnym produktom mista / Yu.Ie. Dashchuk, M.I. Lepkyi // Pryazovskiy ekonomichnyi visnyk. – 2019. – Vypusk 3(14). – S. 294–299.

Надійшла / Paper received : 06.11.2021

Надрукована/Printed : 07.12.2021