



УДК: 338.48

## РОЗВИТОК ТУРИСТИЧНОГО БІЗНЕСУ В УМОВАХ ЦИФРОВОЇ ЕКОНОМІКИ

Студ. А.В. Бардін, гр. БМТБ-1-15

Науковий керівник к.е.н., ст.викл. О.Ю. Будякова  
Київський національний університет технологій та дизайну

**Мета і завдання.** Мета – аналіз розвитку туристичного бізнесу в умовах цифрової економіки. Завдання – дослідити особливості цифрової економіки та їх вплив на туристичний бізнес; визначити проблем розвитку туристичного бізнесу в умовах цифрової економіки; визначити напрямки туристичного бізнесу в умовах цифрової економіки.

**Об'єкт та предмет дослідження.** Об'єктом дослідження є розвиток туристичного бізнесу в умовах цифрової економіки. Предметом дослідження є туристичний бізнес в умовах цифрової економіки.

**Результати дослідження** показали, що розвиток туристичного бізнесу в умовах цифрової економіки відбувається швидше, якісніше, на ринку з'являються нові ідеї, послуги та продукти. Цифрова економіка позитивно впливає на розвиток туристичного бізнесу.

Технологічні зміни, що характерні для ХХІ століття в частині “зрощування” телекомунікаційних, ІТ технологій та інновацій, зумовили введення в науковий обіг понять “цифрові технології”, “цифрова адженда”, “цифрова економіка”. Остання являє собою тип економіки, що характеризується активним впровадженням та використанням цифрових технологій зберігання, обробкою й передачею інформації в усі сфери людської діяльності.

Для сучасного етапу розвитку світової економіки притаманне посилення значення туристичного бізнесу, який сприяє економічному розвитку країн, покращує якість життя населення, забезпечує високі прибутки та зайнятість персоналу, є важливим важелем вирівнювання міжрегіональних економічних відмінностей [1, с. 56]. Масовість розвитку туризму дозволяє мільйонам людей розширяти знання в сфері країнознавства, особливостей культурного, історичного, індустриального розвитку інших народів. Сьогодні туристичний бізнес базується на широкому використанні досягнень інформаційного суспільства та є найбільшим реципієнтом міжнародних інвестицій, однією з самих прибуткових сфер світової економіки, на міжнародному ринку праці зростає попит на фахівців у цю сферу. Наукове підґрунтя визначення вектору розвитку туристичного бізнесу повинно базуватися на системному підході до виявлення чинників, що забезпечують взаємоузгодження їх дії із зовнішнім та внутрішнім середовищем. Постановка та вирішення цих завдань вимагає відповідного інструментарію, завдяки якому буде забезпечено дослідження туристичного бізнесу не тільки як відкритої системи, але і аналіз його складу, структури, процесів організації обміну з іншими суб'єктами глобального ринку послуг [2, с. 77]. Це визначає актуальність проведення досліджень, що дасть змогу адекватно визначити зміни, які відбуваються в сучасному розвитку туристичного бізнесу як частини відтворювального процесу та підводить до наукового вирішення питань, пов'язаних з підвищенням ефективності цього реального сектору економіки та обумовлює розширення діапазону наукових проблем, що включають розробку теоретико-концептуальних основ дослідження розвитку його в контексті інформатизації суспільства [3, с. 228]. В останні два десятиліття на світовому ринку послуг збільшилася частка туризму в експорті послуг, що обумовлено, зростанням доходів населення, вдосконаленням засобів транспорту, розвитком інфраструктури туризму [4, с. 215]. Також формується нова модель функціонування багатьох видів послуг на основі інформаційних технологій та комп'ютерної техніки, що призводить до істотної зміни змісту їх продукту. Крім того, розвитку нових видів послуг сприяє їх здешевлення і розширення доступу до домашніх господарств у результаті комп'ютеризації.

Інновації в туризмі привносять на ринки нові ідеї, послуги та продукти. Інновації означають не тільки пристосування туристичної галузі до мінливого характеру попиту в туризмі шляхом застосування нових маркетингових стратегій, але і зміни в зовнішньому



середовищі, які стимулюють появу нових новаторських послуг, продуктів і процесів. Звідси, інновації в туризмі повинні розглядатися як перманентний, глобальний і динамічний процес [3]. Інновації в індустрії туризму головним чином спрямовані на формування нового туристичного продукту та маркетингову діяльність, а також застосування нових методів управління, а особливо – активне використання сучасних інформаційних технологій, що істотно впливає на зниження ціни туристичного продукту, зменшення часу на підбір і продаж турів, їх оформлення і видачу виїзних документів [4].

Порівняльний аналіз традиційних та нових туристичних продуктів дозволяє зробити наступні висновки про інноваційні зміни в структурі глобального ринку за продуктовими ознаками. Розширюються види туристичних продуктів з орієнтацією на уподобання не групи відвідувачів, а задоволення індивідуального попиту. Розвиток інфраструктури для відпочинку, зайняття спортом, надання мастер-класів у різних сферах культури, живопису та підприємництва є передумовою нових «запитів» ринку туристичних послуг. Створення глобального інформаційного середовища створює передумови для розвитку інноваційного підприємництва в туристичному бізнесі через надання послуг для кожного споживача по індивідуальному запиту шляхом використання глобальних ресурсів. Бізнес-модель сучасного туристичного бізнесу – це інноваційна модель: послуги індивідуальні, а ресурси – глобальні. Зміщуються та стираються ознаки типу туризму, у своїй більшості запити споживачів орієнтовані на певний «мікс туристичних послуг», які за класифікацією належать до різних типів. Туристські фірми, споживачі та державні туристичні структури, що займаються підприємництвом, об'єктивно стають повноправними учасниками ринку сучасних технологій в якості виробників інформаційних продуктів, послуг та їх споживачів. Це стає невід'ємною умовою організації туристської діяльності на ринку виробництва туристських послуг [5].

**Висновки.** Отже, основними заходами щодо розвитку діяльності туристичних підприємств в умовах конкуренції можуть бути: поліпшення іміджу за рахунок покращення якості туристичного продукту та додаткової реклами; підвищення обсягів виробництва за рахунок стимулювання праці власних працівників відділів продажів та маркетингу; розширення збутової мережі за рахунок пошуку нових партнерів й запровадження технологічних інновацій; розробка інноваційних програм (турів); модифікація цінової політики за рахунок встановлення знижок. Сучасний туристичний бізнес розвивається завдяки широкому використанню інноваційних ІТ-технологій, інформаційних засобів і різних комунікацій для ефективного просування та реалізації туристичного продукту, що обумовлює високий рівень інформаційного насичення туристичної пропозиції, а розвиток ринку інформаційних технологій веде до формування глобального туристичного інформаційного простору. За допомогою інформаційно-комунікаційних технологій, інтелектуальні послуги проникають у традиційні сфери туризму, різко підвищуючи їх ефективність і перетворюючи їх на елементи нової Інтернет-економіки.

**Ключові слова:** ІТ-технології, туристичний продукт, інновації в туризмі.

#### ЛІТЕРАТУРА

1. M.Denysenko, A.Melnyk, Z. Shatskaya, O.Budiakova International regulatory experience business activity // M. Denysenko, A. Melnyk, Z. Shatskaya, O. Budiakova. – Research and Innovation: Collection of scientific articles. – Yunona Publishing, New York, USA.–2019.–p.55-58.
2. Мельник А.О. Перспективи розвитку вітчизняного туризму в умовах євроатлантичної інтеграції / А.О. Мельник, І.А. Чапліч // Вісник Хмельницького національного університету: [наук. журн.]. – Хмельницький, 2009. – № 1. – С. 76-80.
3. Сучасні проблеми економічного розвитку України: монографія / за ред. О.В. Ольшанської, А.О. Мельник, Т.Є. Воронкової – К.: ТОВ «ДКС центр», 2018. – 184 с.
4. Регіональні туристичні кластери як важливий чинник економічного зростання /О.В. Ольшанська, А.О. Мельник//Формування ринкових відносин в Україні.– 2017. – № 12. – С. 212-216.
5. Budiakova O Development of small and midsize businesses is on example of tourist industry / O. Budiakova, O. Shaposhnikova // Матеріали V Міжнародної науково-практичної конференції 24.11.17 р./за ред. В. М. Огаренка, О. В. Покатаєвої та ін. Запоріжжя: КПУ, 2017. – С.565-567.