



УДК 338.48:004

ОСОБЛИВОСТІ ДИДЖИТАЛІЗАЦІЇ В ТУРИСТИЧНІЙ ГАЛУЗІ

Ірина БОЙЧУК

Вищий навчальний заклад Веспуччі-Коломбо Ліворно, Італія

Вступ. Світовий туризм вступив у такий етап, у якому інформація та її своєчасна передача відіграють визначальну роль у його розвитку. Сучасні інформаційні технології в туризмі стають дедалі важливішим чинником економічного зростання. Туризм є глобальним інформаційно насиченим видом діяльності, у якому беруть участь найбільші авіакомпанії, готельні мережі, туристичні корпорації та агенти із усього світу. Туристична галузь не тільки одна з найбільш активних споживачів сучасних інформаційних технологій, а така, що потребує постійного оновлення, щоб задовольнити очікування сучасного туриста.

Для інформації про туристичні продукти важливим є чинник часу для своєчасної передачі інформації про туристичні продукти усім учасникам туристичного ланцюга, які перебувають будь-де у світі.

Саме це доводить, що туристична галузь гостро потребує активного застосування інформаційних технологій.

Мета — виявити особливості диджиталізації туристичної галузі останнього десятиріччя.

Результати дослідження. Туристична галузь має таку саму структуру, як і інші економічні сфери. Організаційна структура

складається з урядових і комерційних організацій, професійних асоціацій (наприклад, готельних операторів, авіакомпаній, туристичних агентів), підприємств туристичної інфраструктури. Споживачі є останньою, але найважливішою ланкою всієї туристичної системи.

Підкреслюємо, що диджиталізація надає значні переваги в туризмі завдяки впровадженню:

- кращого й простішого доступу до товарів і послуг із використанням веб додатків і порталів;
- всеохоплювального задоволення інформаційних потреб туристів з імпліментуючи мобільних додатків;
- швидкого бронювання місць для ночівлі;
- глибшого пізнання туриста і його потреб для поліпшення туристичного продукту, персоналізуючи його й задовільнивши очікування туриста.

Одним із чинників, що сприяє упровадженню цифровізації у сферу туризму, є доступність і вміння населення працювати в інтернет-середовищі. Для оцінювання рівня цифрового забезпечення країни одним із показників є доступ до інтернету.

За підрахунками Committed to connecting the world наприкінці 2019 року 53,6 % населення планети (4,1 млрд) користувалися інтернетом. За даними UN WTO, світовим лідером серед користувачів мережі «Інтернет» є такі країни й регіони: США (200 млн. осіб), Китай (111 млн. осіб), Японія (85,29 особи), Західна Європа (205,5 млн. особи).

Технологія *neverending tourism* (нескінченний туризм) пропонує віртуальні відвідування музеїв і міст, кулінарні курси, платформи електронної комерції для покупок тощо.

Із 2012 року швидкими темпами зростають обсяги інтернет-продажів туристичних послуг, зокрема у США цей показник становить 19–20 % щорічно, у країнах Західної Європи — 37–49 %, де лідерами є Франція і Великобританія [1, 2].

Застосування сучасних інформаційних технологій підвищує безпеку і якість туристичних послуг. Нині в туризмі використовують глобальні розподільчі системи (Global Distribution System), які забезпечують швидке й зручне бронювання квитків, резервування місць у готелях, прокат автомобілів, обмін валют, замовлення квитків на спортивні й культурні заходи тощо. Найбільшими глобальними

розподільчими системами на міжнародному ринку туристичних послуг вважають AMADEUS, Worldspan, Galileo, Sabre [3].

Висновок. Туристична галузь є однією із найбільш активних споживачів сучасних цифрових технологій, що обумовлена особливостями туристичного продукту послуги. В умовах цифрової економіки створюється єдиний інформаційний простір у сфері світового туризму, формуються інноваційні принципи інформаційного забезпечення й управління сферою туризму. Інформаційний супровід туристичного бізнесу й використання цифрових технологій дає змогу персоналізувати туристичні послуги й забезпечувати підвищення конкурентоспроможності туристичної індустрії.

Список використаних джерел

1. UNWTO (2020), "Global and regional tourism performance", available at: <https://www.unwto.org/global-and-regional-tourism-performance> (Accessed June 20, 2020).
2. Кожухівська Р. Б. Застосування інтернету як засобу інформаційних технологій у структурі комунікаційної моделі туристичної галузі. Економіка та держава, 2012. № 4. С. 61–63.
3. Кожухівська Р. Б. Digital-технології як основа розвитку туристичної діяльності. Економічна наука, 2020.