

ЕКОНОМІКА І УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВАМИ

УДК 338.48:004.77+332.122

JEL: L83, L86, R11, Z32

DOI: <https://doi.org/10.35774/visnyk2020.02.162>

Василь КИФЯК,

доктор економічних наук, професор,
заступник директора з наукової, науково-методичної роботи та міжнародних зв'язків, професор кафедри менеджменту і туризму,
Чернівецький торговельно-економічний інститут КНТЕУ,
пл. Центральна 7, м. Чернівці, 58002, Україна
E-mail: tourbuc@ukr.net
ORCID ID: 0000-0001-7632-5248

Олександр КИФЯК,

кандидат економічних наук, доцент
доцент кафедри маркетингу, інновацій та регіонального розвитку,
Чернівецький національний університет ім. Ю.Федьковича,
вул. Кафедральна 2, м. Чернівці, 58012, Україна
E-mail: alkyfyak@bigmir.net
ORCID ID: 0000-0003-3689-8548

ДІДЖИТАЛІЗАЦІЯ ПРОЦЕСІВ РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНИХ ДЕСТИНАЦІЙ У ЗАХІДНОУКРАЇНСЬКИХ ПРИКОРДОННИХ РЕГІОНАХ

Кифяк В., Кифяк О. Діджиталізація процесів розвитку туристичних дестинацій у західноукраїнських прикордонних регіонах. *Вісник Тернопільського національного економічного університету*. 2020. Вип. 2. С. 162–173. DOI: <https://doi.org/10.35774/visnyk2020.02.162>

Kyfyak V., Kyfyak O. (2020). Didzhitalizatsiia protsesiv rozvytku destynatsii u zakhidnoukrainskykh prykordonnykh rehionakh [Digitalization of processes of tourist destinations development in Western Ukrainian border regions]. *The Herald of Ternopil National Economic University*, Vol. 2. P. 162–173. DOI: <https://doi.org/10.35774/visnyk2020.02.162>

Анотація

Вступ. Процеси формування та розвитку туристичних дестинацій у західноукраїнських прикордонних регіонах свідчать про зростання впливу на розвиток туризму Інтернет-ресурсів, мобільних платформ та додатків, використання різноманітного програмного забезпечення та інших цифрових продуктів. Актуальним питанням є впровадження інформаційно-комунікаційних технологій та формування системи взаємовідносин між туристом і туристичною дестинацією. З огляду на це стаття присвячена дослідженню використання цифрових технологій у розвитку туристичних дестинацій.

Методи. Методичною основою дослідження є загальнонаукові та економіко-статистичні методи:

– аналізу та синтезу – для дослідження переваг впровадження цифрових технологій у сферу туризму;

– експертного оцінювання – на основі певної сукупності індивідуальних думок експертів, дало змогу отримати об'єктивну оцінку щодо необхідності впровадження цифрових продуктів у розвиток туристичних дестинацій;

– індукції, дедукції – для визначення напрямів розвитку туристичних дестинацій;

– опитування – для визначення джерел інформації, що спонукали до туристичної поїздки та ін.

Результати. На основі аналізу діяльності туристичних центрів у західноукраїнських прикордонних регіонах визначено переваги діджиталізації у розвитку туристичних дестинацій та розкрито подальші можливості цифрового туризму.

Шляхом проведення експертного оцінювання деталізовано цифрові продукти та підтверджена необхідність їхнього впровадження у розвиток туристичних дестинацій.

Проведено анкетне опитування респондентів в інформаційних туристичних центрах окремих західноукраїнських міст, що сприяло визначенню основних джерел інформації, які вплинули на бажання здійснити туристичну поїздку в туристичну дестинацію.

Розглянуто міжнародний досвід використання цифрових технологій у функціонуванні локальних туристичних дестинацій у Сучавському повіті (Румунія), що дало змогу встановити сучасні підходи до розвитку туризму та впровадженню нових понять, таких як інформаційні системи дестинацій.

З метою повноцінного задоволення потреб сучасних туристів та ефективного використання туристичних ресурсів запропоновано створення «розумних» територій, де завдяки цифровим технологіям та застосуванню інноваційних приладів можна не тільки повноцінно використати туристичний потенціал та створити нові можливості для його зростання, а й зробити перебування туристів на території дестинації більш комфортним та безпечним.

Перспективи. Перспективність здійснення подальших досліджень передбачає розробку та впровадження комплексу заходів стимулювання щодо активізації процесів діджиталізації розвитку туристичних дестинацій та пошук інструментарію підтримки впровадження цифрових технологій у туристичну сферу.

Ключові слова: *туризм, розвиток, регіон, діджиталізація, цифрові продукти, інформаційні технології, туристичні дестинації.*

Формул: 0, рис.: 0, табл.: 1, бібл.: 15.

Abstract

Vasil KYFYAK, Oleksandr KYFYAK

DIGITALIZATION OF PROCESSES OF TOURIST DESTINATIONS DEVELOPMENT IN WESTERN UKRAINIAN BORDER REGIONS

Introduction. *The processes of formation and development of tourist destinations in the border regions of Western Ukraine testify to the growing influence of Internet resources, mobile platforms and applications, use of various software and other digital products on tourism development. The urgent issue remains the introduction of information and communication technologies and the formation of a system of relations between the tourist and the tourist destination. In view of this, the article is devoted to the study of the use of digital technologies in the development of tourist destinations.*

Methods. *The methodological basis of the study are general scientific and economic-statistical methods: analysis and synthesis – to explore the benefits of implementing digital technologies in tourism; peer review – based on a set of individual expert opinions, allowed to obtain an objective assessment of the need to introduce digital products in the development of tourist destinations; inductions, deductions – to determine the directions of development of tourist destinations; survey – to identify sources of information that prompted a tourist trip, etc.*

Results. *On the basis of the analysis of the activity of tourist centers in the western Ukrainian border regions the advantages of digitization in the development of tourist destinations were determined and further possibilities of digital tourism were revealed.*

Through the expert evaluation, digital products were detailed and the need for their introduction into the development of tourist destinations was confirmed.

A survey was conducted of respondents in the information tourist centers of some Western Ukrainian cities, which helped to identify the main sources of information that influenced the desire to make a tourist trip to a tourist destination.

The international experience of using digital technologies in the functioning of local tourist destinations in Suceava County (Romania) is considered, which allowed establishing modern approaches to tourism development and introduction of new concepts, such as destination information systems.

In order to fully meet the needs of modern tourists and efficient use of tourist resources, it is proposed to create «smart» territories where, through digital technology and the use of innovative devices, not only can full use of tourism potential and create new opportunities for its growth, but also make tourists stay at their destination more comfortable and secure.

Prospects. *The prospect of further research involves the development and implementation of a set of stimulating measures to intensify the processes of digitization of tourism destinations and search for tools to support the introduction of digital technologies in the tourism sector.*

Keywords: *tourism, development, region, digitalization, digital products, information technologies, tourist destinations.*

formulas: 0, fig.: 2, tabl.: 1, bibl.: 15.

Постановка проблеми. В умовах прискорення інтеграції України в європейський економічний простір та зростання конкуренції на міжнародних ринках діджиталізація економічних процесів, підтримка і впровадження інновацій набувають стратегічного значення у соціально-економічному розвитку як регіонів, так і країни загалом. З огляду на те, що до основних стратегічних пріоритетних секторів економіки, які можуть залучити мільярдні інвестиції і створити сотні тисяч робочих місць, окрім агропромислового комплексу, інформаційних технологій, машинобудування та логістики, належить і туризм, увага державних органів влади, громадськості та бізнесових структур до розвитку туризму постійно зростає.

Формування сучасної, високорентабельної туристичної галузі як складної економічної, соціальної та екологічної системи, базується на взаємодії туристів та туристичних дестинацій. Саме туристична дестинація становить конкурентоспроможну одиницю на ринку в'їзного туризму, оскільки об'єднує функціонально пов'язані елементи, необхідні для якісного та повноцінного обслуговування туристів. Це насамперед сукупність природних та антропогенних туристичних об'єктів, загальна та туристична інфраструктура, кваліфікований персонал, професійні управлінські структури, туристичні оператори і туристичні агенти та інші суб'єкти туристичної діяльності, які зосереджені на певній території і можуть сформувати та реалізувати унікальний туристичний продукт.

Сьогодні система взаємовідносин між туристом і туристичною дестинацією має базуватися на використанні цифрових інформаційно-комунікаційних технологій, що на сьогодні є ще не вирішеною проблемою і для туристів, і для туристичного бізнесу.

Особливо гостро ця проблема виявилась в останні роки, коли потенційні туристи, використовуючи Інтернет-ресурси, прагнуть більше дізнатися про визначні пам'ятки історії, культури, архітектури, хочуть порівняти туристичну інфраструктуру та цінові пропозиції і через глобальні мережні системи бронювання замовити та оплатити послуги обраної туристичної дестинації.

Крім цього, потребують оцифрування процеси формування та розвитку туристичних дестинацій, особливо в західноукраїнських прикордонних регіонах, де туристичні послуги можуть швидше вийти на транскордонний, а далі і на транснаціональний міжнародні туристичні ринки.

Мета та завдання дослідження. Основною метою дослідження є аналіз стану використання цифрових технологій, встановлення проблем та розробка рекомендацій щодо впровадження діджиталізації у процеси розвитку туристичних дестинацій у західноукраїнських прикордонних регіонах, починаючи від пошуку і залучення потенційних туристів як комунікаційного та маркетингового інструменту і закінчуючи формуванням асортименту туристичних послуг. Одним із завдань є вивчення досвіду використання цифрових технологій у прикордонних регіонах сусідніх країн, які уже використовуються у туризмі та роблять його більш ефективним і конкурентоспроможним.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблеми цифрової економіки, зокрема вплив цифрових технологій на соціально-економічний розвиток окремих територій, досліджували такі зарубіжні та українські науковці, як Клаус Шваб, Лірі Андерссон, Лудо Ван дер Хейден, І. В. Бураковський, О. М. Грибіненко, О. Ю. Гусєва С. В. Легомінова та ін. Визначаючи, зокрема, глобальні тенденції сучасного розвитку, І. Бураковський, В. Мовчан, О. Кузяків зазначають, що «інформаційно-комунікаційні технології дають змогу збирати, обробляти та передавати величезні масиви інформації. Наслідком цього є поява нових товарів та послуг, якісні зміни в технологіях виробництва та способах постачання товарів і послуг, трансформація бізнес-моделей та способів виходу на нові ринки тощо. Водночас, процес діджиталізації породжує нові виклики та загрози, які вимагають адекватного реагування від урядів, бізнесу та суспільства в цілому» [1, с. 11].

Вагомий внесок у розвиток туристичних дестинацій та впровадження інформаційних технологій у туристичну сферу зробили вчені з сусідніх прикордонних країн Andrzej Stasiak, Jolanta Śledzińska, Bogdan Włodarczyk, Jacek Kaczmarek [2; 3], Stanislav Liszewski [4], Carmen Nastasse, Morosan Danila [5] та українські дослідники А. А. Мазаракі, С. В. Мельниченко, Т. І. Ткаченко [6; 7], В. Я. Брич [8], Г. І. Михайліченко [9], Н. В. Корж, Д. І. Басюк [10], та інші. Одночасно питання діджиталізації розвитку туристичних дестинацій у західноукраїнських прикордонних регіонах потребують подальшого вивчення та наукового обґрунтування, оскільки одним з головних рушіїв цифрової трансформації є конкурентний тиск з боку туристичних ринків сусідніх держав, що спонукає до пошуку нових можливостей для підвищення ефективності туристичної діяльності.

Виклад основного матеріалу дослідження. Ще на початку 2018 р. Давоський економічний форум в аналітичних матеріалах визначив перелік цифрових технологій, до яких належать хмарні і мобільні технології, блокчейн, технології віртуалізації, ідентифікації, штучного інтелекту, біометричні технології, технології доповненої реальності, адаптивні (3D-друк) та ін. [11].

Український уряд не залишився в стороні від світових процесів діджиталізації і зробив перший комплексний крок у напрямку розбудови цифрової економіки, затвердивши Концепцію розвитку цифрової економіки та суспільства України на 2018–2020 рр., головною метою якої є реалізація прискореного сценарію цифрового розвитку, як найбільш релевантного для України з точки зору викликів, потреб та можливостей [12].

Діджиталізація не оминула і туризм. Випереджаючи інші види економічної діяльності, цифрові технології вже сьогодні активно впроваджуються в туристичний бізнес. Поява сучасних туристичних дестинацій на регіональному та місцевому рівнях є новою моделлю територіального розвитку, управління та маркетингу туристичних дестинацій, головною метою яких є повноцінне задоволення потреб туристів. Від постійного доступу до Інтернету та інструментів бронювання і безготівкових розрахунків за туристичні послуги до розробки програм лояльності та електронних карток туриста – все це є важливою умовою під час вибору туристичних маршрутів, які продукуються туристичними дестинаціями. А враховуючи те, що туристичні дестинації переважно розглядаються як туристичні продукти, то їх можна ототожнювати з туристичними

пропозиціями територій, тобто із сукупністю туристичних цінностей і послуг, які можуть придбати туристи, що перебувають на цій території [3, с. 100].

Аналіз діяльності туристичних центрів у західноукраїнських прикордонних регіонах (Львів, Чернівці, Ужгород, Трускавець, Моршин, Яремча, Буковель, Хотин, Коломия та інших) підтверджує, що діджиталізація процесів створення та розвитку туристичних дестинацій має багато переваг.

Наприклад, створений швидкий і простий у використанні сайт туристичної дестинації міста Львова пропонує не тільки різноманітні туристичні продукти, а й одночасно в комплексі до них ресторани української кухні, кафе, таксі, центри розваг та інші анімаційні заклади, що становить конкурентну перевагу дестинації. Наявність такого ресурсу дає змогу розширити комплекс туристичних та інших послуг і залучати більше відвідувачів туристичної дестинації. Особливої уваги заслуговує мобільний гід Lviv Travel Places, розроблений у співпраці Львівської міської ради та компанії Ideas World. З допомогою цього додатку уся інформація про об'єкти, які є на офіційному туристичному сайті міста, може бути доступною на будь-якому смартфоні. Мобільний гід по місту є зручною опцією для туристів та мешканців Львова, яка дає змогу швидко зорієнтуватися та відвідати найбільш важливі туристичні об'єкти міста. Додаток містить вичерпну інформацію про цікаві місця Львова. Можна вибрати об'єкт, який цікавить туриста, прочитати про нього повну інформацію, подивитись фото, сформулювати маршрут до цього місця пішки, автомобілем чи за допомогою громадського транспорту. Місця згруповані за категоріями: музеї, театри, пам'ятки, ресторани, готелі та ін. [13].

Можливості цифрового туризму також використовуються в Чернівцях. Тут розроблено туристичний маршрут «Відкрий для себе Чернівці» в рамках концепції Ukraine 4 all, де туристи за допомогою своїх смартфонів та планшетів із мобільним інтернетом можуть побачити 23 найцікавіші пам'ятки Чернівців. Маршрут прокладений за допомогою стрілок та спеціальних табличок з QR-кодами. Під час зчитування QR-коду за допомогою смартфона або планшета на екрані відкривається детальний опис і фото пам'ятки поруч [14].

За висновками групи експертів з розвитку туризму та впровадження інновацій, до складу якої входили представники більшості прикордонних західноукраїнських областей, сучасні інформаційні технології в туризмі об'єднують не тільки туристичні портали, сайти туристичних операторів та агентів, мобільні платформи та додатки, а й різноманітне програмне забезпечення, що дає змогу підвищувати продуктивність праці персоналу туристичного підприємства та його керівництва, зменшувати витрати на виробництво туристичних послуг та покращувати їхню якість. Наприклад, проведено порівняння діяльності тих туристичних підприємств, готелів та ресторанів міста Чернівців, які активно впроваджують сучасні програмні комплекси, розроблені компанією «Парус – Запад», та програми інших виробників, з діяльністю тих закладів сфери гостинності, які практично не використовують програмне забезпечення, підтвердило, що там, де застосовуються цифрові технології, витрати на робочу силу скоротилися на 25%, знизилась потреба в ній, а отже, підвищилась продуктивність праці. Тобто робочий час і витрати на оплату праці з надання послуг зменшились порівняно з показниками інших підприємств туристичного, готельного та ресторанного

бізнесу. Загалом вартість туристичних послуг в онлайні набагато нижча через зниження витрат на просування туристичних послуг, а самі послуги стали більш доступними.

Розроблені чернівецькими туристичними підприємствами-операторами «Крайс», «Аполон-тревел», «Мавіді», «Навколо світу» та ін. туристичні продукти локальних дестинацій за допомогою цифрових технологій швидко виходять на міжнародні туристичні ринки, сприяють популяризації туристичних об'єктів та залученню туристів.

Експертне оцінювання діджиталізації процесів формування та розвитку туристичних дестинацій свідчить про необхідність використання такого важливого інформаційного аспекту, як соціальні медіа, особливо в процесі просування брендингу території, де формується туристична дестинація.

Українські вчені Н. В. Корж та Д. І. Басюк вважають, що в інформаційній структурі мережі Інтернет є «чотири компоненти просування турпродукту дестинації, що відрізняються принциповими схемами організації маркетингової діяльності:

1. Сайти окремих підприємств індустрії гостинності та розваг, що беруть участь у формуванні турпродукту дестинації;
2. Портали систем бронювання, представлені глобальними, міжнародними, національними та регіональними сайтами;
3. Консолідовані сайти туристичних дестинацій (міста, регіону, країни);
4. Портали, що дають змогу планувати й організувати індивідуальні тури» [10, с. 245].

Все це разом створює переваги дестинації перед територіями-конкурентами щодо приваблення туристів, залучення інвесторів для розбудови загальної та туристичної інфраструктури, започаткування туристичного та супутнього бізнесу тощо.

Окрім цього, діджиталізація туристичної діяльності дає змогу у найкоротший термін вилучити з асортименту послуги, що реалізуються погано, і замінити їх новими, отримати ефект за рахунок більш точного визначення того, коли і які саме послуги отримують туристи, до якої категорії вони належать, які супутні та додаткові послуги потребують гості дестинації тощо.

Проведене у жовтні 2019 р. анкетне опитування 1846 респондентів в інформаційних туристичних центрах міст Ужгорода, Івано-Франківська та Чернівців сприяло визначенню основних джерел інформації, що вплинули на бажання здійснити туристичну поїздку (табл. 1).

Таблиця 1

Основні джерела інформації, що спонукали до туристичної поїздки

Етапи подорожі	Джерела інформації та чисельність респондентів (осіб)				
	Інтернет-ресурси	Телебачення, радіо, газети, журнали та ін.	Поради рідних, друзів	Тур. ярмарки, виставки	Тур. фірми
Натхнення, планування та придбання туру або самостійне бронювання	47%	19%	15%	5%	14%

Джерело: розроблено авторами.

Важливо, що з 1846 опитаних респондентів 47% ухвалили рішення про подорож на основі інформації з сайтів туристичних компаній, соціальних мереж та інших Інтернет-ресурсів, 19% – отримали натхнення на поїздку з телебачення, радіо, газет, рекламних оголошень, ще 15% довірилися враженням та порадам рідних, друзів та знайомих, 5% – під час проведення туристичних ярмарків, виставок, салонів, з історичної, наукової та популярної літератури і 14% – безпосередньо від менеджерів у туристичних підприємствах (для порівняння: у 2015 р. чисельність туристів, які прийняли рішення про подорож на основі інформації з Інтернету, становила 18%).

На основі анкетування також встановлено, що на зміну комплексним туристичним продуктам, які розраховані на масового споживача, приходять новий індивідуалізований вигляд туристичних послуг, сформованих за замовленням, відповідно до диференційованого попиту.

Це підтверджує динаміка зростання відвідуваності прикордонних західно-українських областей індивідуальними туристами з регіонів суміжних країн протягом 2015–2019 рр., яка свідчить про бажання туристів самостійно обирати туристичні послуги та високу привабливість і перспективність цих територій порівняно з іншими регіонами України.

Вивчення досвіду формування та функціонування локальних туристичних дестинацій у Сучавському повіті (Румунія), дало змогу встановити, що значна частина туристичних операторів вже використовує елементи штучного інтелекту, що значно переважає можливості традиційних пошукових систем. Штучний інтелект допомагає аналізувати великі обсяги даних та в програмі підбору складових туристичного продукту враховувати не тільки запити споживачів, а й власний і чужий досвід. Персоналізовані туристичні послуги, які найкраще підходять для конкретного споживача, є сильною конкурентною перевагою та одним з елементів інформаційної системи дестинації.

Так, наприклад, інформаційна система дестинації типу «Туристичний центр» міста Ватра Дорней (Румунія) надає інформаційну підтримку туристичним фірмам, які займаються електронним туризмом та електронними подорожами, посередникам та безпосередньо споживачам. Така інформація є основою прийняття рішення про подорож, її планування, створення туристичного продукту та ціноутворення. І якщо електронні подорожі – це онлайн-служба, яка містить новини про подорожі, інформацію і консультацію з питань, які можуть виникнути під час планування подорожі, то електронний туризм забезпечує прямі продажі туристичних продуктів дестинації кінцевим споживачам, нескладну оплату послуг та сприяє налагодженню партнерських стосунків з туристичними агентами та іншими суб'єктами туристичної діяльності не тільки в Румунії, а й далеко за її межами.

Досвід функціонування туристичних дестинацій Сучавського повіту також свідчить, що важливою умовою успіху є пропозиція своїх послуг через глобальні системи бронювання, де пропонуються не тільки транспортні послуги чи розміщення в готелях, а й послуги оренди автомобілів, бронювання квитків на культурно-масові та спортивні заходи, можливість отримати інформацію про місце перебування, курси валют, синоптичні повідомлення та ін.

Однією з форм цифровізації розвитку туристичних дестинацій є технологія блокчейн, яка передбачає пошук даних про придбання туристичних послуг у цифровому просторі, що допомагає всім учасникам процесу реалізації туристичного продукту орієнтуватися на інформацію про споживача, передбачати їхні потреби та персоналізувати рекламні пропозиції.

Діджиталізація функціонування та розвитку туристичних дестинацій створює додаткові можливості формування бази даних про туристів, її ретельного аналізу та розроблення сегментованих пропозицій.

Вивчення зарубіжного досвіду, аналіз діяльності туристичних центрів західноукраїнських регіонів, експертне оцінювання, опитування та інші наукові підходи сприяли встановленню основних стадій діджиталізації процесів розвитку туристичних дестинацій, зокрема:

- аналіз можливостей дестинації переходу на цифрові технології;
- впровадження цифрових технологій;
- аналіз отриманих результатів.

Такий підхід сприятиме швидкому просуванню туристичних продуктів на національний та міжнародний туристичний ринки, які «характеризуються динамічністю та рисами, що проявляються у: посиленні конкуренції, в тому числі у міжнародному масштабі; особливому значенні творчих ідей та інтелекту; диктаті споживача; збільшенні кількості туристичних компаній» [15, с. 130].

З метою повноцінного задоволення потреб сучасних туристів та ефективного використання туристичних ресурсів, концепція формування та розвитку туристичних дестинацій у прикордонних регіонах повинна передбачати створення, так званих, «розумних» територій, де завдяки цифровим технологіям та застосуванню інноваційних приладів можна не тільки повноцінно використати туристичний потенціал та створити нові можливості для його зростання, а й зробити перебування туристів на території дестинації більш комфортним та безпечним.

У процесі формування туристичних дестинацій необхідно враховувати, що окрім безкоштовного Wi-Fi на всій території, камер відеоспостереження, «розумного» освітлення, яке автоматично змінюється залежно від інтенсивності руху, велосипедних доріжок, пандусів та рельєфного покриття для людей з інвалідністю, туристичні дестинації мають мати свої інформаційні центри, розроблені віртуальні тури, впроваджені QR-коди, RFID-мітки, бути обладнані датчиками моніторингу якості повітря, його температури і вологості, лавками з USB-зарядними пристроями, кнопками екстреного виклику тощо. На території дестинації мають бути побудовані станції підзарядки електромобілів, прокатні пункти, спортивні майданчики, концертні зали та ін.

Сучасні туристичні дестинації повинні стати новою моделлю територіального розвитку, які сприятимуть створенню нових робочих місць, розвитку загальної і туристичної інфраструктури, збільшенню надходжень до місцевих бюджетів та допоможуть туристам повноцінно відпочивати, економити свій час та почувати себе в безпеці.

Сьогодні розвиток туризму в західноукраїнських прикордонних регіонах, у т. ч. процеси діджиталізації туристичних дестинацій, гальмує швидке поширення гострої

респіраторної хвороби COVID-19, викликаної коронавірусом SARS-CoV-2, і введенням додаткових обмежувальних заходів на цих територіях. Вважаємо, що це тимчасове явище, а туристична діяльність і надалі сприятиме соціально-економічному розвитку прикордонних регіонів.

Висновки. Отже, діджиталізація процесів формування та розвитку туристичних дестинацій набуває різноманітних форм вияву, до яких належить організаційна робота з постачальниками туристичних послуг, розробка та впровадження мобільних додатків, призначених для туристів, просування й онлайн-продажі туристичних продуктів тощо.

На основі експертного оцінювання розвитку туризму та впровадження інновацій розширено можливості використання цифрових технологій у туристичній діяльності з урахуванням особливостей функціонування та розвитку туристичних дестинацій у західноукраїнських прикордонних регіонах.

Вивчення досвіду формування та функціонування локальних туристичних дестинацій у Сучавському повіті (Румунія), дало змогу встановити, що використання сучасних технологій у туристичній діяльності сприяло впровадженню нових понять, таких як інформаційні системи дестинацій, електронний туризм, електронні подорожі та ін.

Перспективи подальших досліджень. Діджиталізація туристичної діяльності – це глибока трансформація туристичного бізнесу, що передбачає використання цифрових технологій для оптимізації процесів формування, просування та реалізації туристичних продуктів, підвищення продуктивності праці та взаємодії зі споживачами, що залишається актуальним для подальших досліджень.

Література

1. Бураковський І., Мовчан В., Кузяків О. Біла книга: як реалізувати експортний потенціал України за умов глобалізації. Пропозиції щодо політики сприяння розвитку українського експорту. Київ : Інститут економічних досліджень та політичних консультацій, АО «АФ «Сергій Козьяков та Партнери», 2016. 50 с.
2. Szlakit turystyczne od pomysłu do realizacji / Praca zbiorowa pod redakcją Andrzeja Stasiaka, Jolanty Śledzińskiej, Bogdana Włodarczyka. Warszawa – Łódź. 2014. 527 p.
3. Produkt turystyczny / Jacek Kaczmarek, Andrzej Stasiak, Bogdan Włodarczyk/ Warszawa. Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne. 2005. 389 p.
4. Stanislav Liszewski. Miasto i turystyka. Łódź, 2017. 420 p.
5. Carmen Năstase, Vasyl Kyfiak. Forecasting of cross-border regions development : scenario approach / ed. by: Vasyl Kyfiak, Carmen Năstase. Suceava: Editura Universității «Ștefan cel Mare», 2017. 196 p.
6. Туристські дестинації (теорія, управління, брендинг) : моногр. / А. А. Мазаракі, Т. І. Ткаченко, С. В. Мельниченко та ін. ; за заг. ред. А. А. Мазаракі. Київ : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2013. 388 с.
7. Мельниченко С. В. Інформаційні технології в туризмі: теорія, методологія, практика : моногр. Київ : Київський нац. торг.-екон. ун-т, 2008. 493 с.
8. Туроперейтинг / за заг. ред. Брича В. Я. Київ : Кондор, 2014. 275 с.

9. Михайліченко Г. І. Туроперейтинг. Київ, 2018. 303 с.
10. Корж Н. В., Басюк Д. І. Управління туристичними дестинаціями. Вінниця, 2017. 321 с.
11. Диджиталізація – это лишь начало. URL : <https://day.kyiv.ua/ru/article/ekonomika/didzhitalizaciya-eto-lish-nachalo>.
12. Розпорядження Кабінету Міністрів України № 67-р від 17 січня 2018 року «Про схвалення Концепції розвитку цифрової економіки та суспільства України на 201–2020 роки та затвердження плану заходів щодо її реалізації». URL : <https://www.kmu.gov.ua/npas/pro-shvalennya-konceptsiyi-rozvitku-cifrovoyi-ekonomiki-ta-suspilstva-ukrayini-na-20182020-roki-ta-zatverdzhennya-planu-zahodiv-shodoyiyi-realizaciyi>.
13. Офіційний туристичний сайт міста Львова. URL : <https://lviv.travel/>.
14. Цифровий туризм з'явився в Чернівцях. URL : <https://techtoday.in.ua/vodafone-news/cifrovij-turizm-z-yavivsyah-v-chernivcях-52834.html>. Її
15. Менеджмент туристичної індустрії / В. П. Руденко, В. Я. Вацеба, В. Н. Підгірна та ін. Чернівці, Рута, 2019. 503 с.

References

1. Burakovskiy, I., V., Movchan, O., Kuziakiv at al. (2016). Bila knyha: yak realizuvaty eksportnyi potentsial Ukrayiny za umov hlobalizatsiii. Propozytsii shchodo polityky spryiannia rozvytku ukrayinskoho eksportu [White Paper: How to Realize Ukraine's Export Potential in the Context of Globalization. Proposals for the Policy of Promoting the Development of Ukrainian Exports]. Instytut ekonomichnykh doslidzhen' ta politychnykh konsultatsiy [Institute for Economic Research and Policy Consulting], JSC "AF "Sergey Koziakov & Partners" [in Ukrainian].
2. Stasiak, A., Śledzińskiej, J. and Włodarczyk B. (2014). Szlaki turystyczne od pomysłu do realizacji [Tourist routes from idea to implementation]. Warsaw – Lodz [in Polish].
3. Kaczmarek, J., Stasiak, A. and Włodarczyk, B. (2005). Produkt turysyczny [Tourist product]. Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne [Polish Economic Publisher]. Warsaw [in Polish].
4. Liszewski, S. (2017). Miasto i turystyka [City and tourism]. Lodz [in Polish].
5. Năstase, C., Kyfiak, V. (2017). Forecasting of cross-border regions development: scenario approach. Suceava [in English].
6. Mazaraki, A., Tkachenko, T., Melnychenko, S. at al. (2013). Turystski destynatsii (teoriia, upravlinnia, brendinh): monohrafiia [Tourist destinations (theory, management, branding): monograph]. Kyiv [in Ukrainian].
7. Melnychenko, S. (2008). Informatsiini tekhnolohii v turyzmi: teoriia, metodolohiia, praktyka: monohrafiia [Information technologies in tourism: theory, methodology, practice: monograph]. Kyiv.
8. Brych, V. (2014). Turopereitnyh [Touperating]. Za zahalnoyu redaktsiyeyu Brycha V. [General editing by Brich, V.] Kyiv, Kondor [in Ukrainian].
9. Mykhaylichenko, H. (2018). Turopereitnyh [Touperating]. Kyiv [in Ukrainian].

10. Korzh, N., Basyuk, D. (2017). Upravlinnya turystychnymy destynatsiyamy [Managing tourist destinations]. Vinnytsya [in Ukrainian].
11. Didzhitalizatsiya – eto lish nachalo [Digitalization is just the beginning]. Retrieved from <https://day.kyiv.ua/ru/article/ekonomika/didzhitalizaciya-eto-lish-nachalo> [in Russian].
12. Rozporyadzhennya Kabinetu Ministriv Ukrayiny № 67 -r vid 17 sichnya 2018 roku «Pro skhvalennya Kontseptsiyi rozvytku tsyfrovoyi ekonomiky ta suspil'stva Ukrayiny na 2018-2020 roky ta zatverdzhennya planu zakhodiv shchodo yiyi realizatsiyi» [Ordinance of the Cabinet of Ministers of Ukraine No. 67 P of January 17, 2018 “On approving the Concept of development of the digital economy and society of Ukraine for 2018-2020 and approving a plan of measures for its implementation”]. Retrieved from <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/67-2018-%D1%80> [in Ukrainian].
13. Ofitsiyni turystychnyi sait mista Lvova [The official tourist site of the city of Lviv]. Retrieved from <https://lviv.travel/> [in Ukrainian].
14. Tsyfrovyyi turyzm z'явиvsya v Chernivtsiakh [Digital tourism appeared in Chernivtsi]. Retrieved from <https://techtoday.in.ua/vodafone-news/cifrovij-turizm-z-yavivsvya-v-chernivcyax-52834.html> [in Ukrainian].
15. Rudenko, V. Vatsaba, P., Pidhirna, V. (2019) Menedzhment turystychnoi industrii [Management of the tourism industry]. Chernivtsi, Ruta [in Ukrainian].

Статтю отримано 6 квітня 2020 р.

Article received April 6, 2020