

4. Лопатинський Ю. М. Кифяк В. І. Розвиток аграрного сектора національної економіки на інституційних засадах / Ю. М. Лопатинський, В. І. Кифяк. – Чернівці : Чернівецький нац. ун-т, 2014. – С. 113 – 130.
5. Михайлов А. П. Сучасний стан та перспективи розвитку аграрного сектору економіки України / А. П. Михайлов. // Науковий вісник УМО. Серія : Економіка та управління. - 2016. - Вип. 1. - Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/nvumo_2016_1_9
6. Пугачов М. І. Аграрний сектор економіки України в умовах інституційних змін / М. І. Пугачов Економіка АПК. - 2017. - № 5. - С. 12-18.

УДК 338.48:004:[616-036.21](045)

Городницький В.В.
здобувач ступеня «Доктор філософії»,
Мукачівський державний університет,
Черниченко Т.В.
д.е.н., професор, завідувач кафедри економіки та фінансів,
Мукачівський державний університет

ЦИФРОВІЗАЦІЯ ТУРИСТИЧНОЇ ГАЛУЗІ В УМОВАХ ПОСТПАНДЕМІЧНОГО ПЕРІОДУ

Пандемія COVID-19 поставила перед туристичною галуззю проблеми, усвідомлення та вирішення яких дозволить побудувати нову модель її розвитку. Дослідження аналізує розвиток туризму, як вагової складової національної економіки. Зроблено висновок, що в умовах погіршення епідемічної ситуації та зростання випадків захворювання на COVID-19, підприємства туризму та сфери гостинності повинні суттєво переглянути існуючу політику економічної привабливості та змінити підходи до організації роботи зі споживачами послуг.

Ключові слова: COVID-19, туризм, туристична галузь, цифровізація.

The COVID-19 pandemic has posed uncertain challenges for the tourism industry, the recognition and solution of which will build a new model for the development of the tourism industry. The purpose of the article is to substantiate the parameters of tourism development in crisis conditions (in the context of the COVID-19 pandemic). The research methodology is formed on the basis of system analysis, synthesis and generalization of scientific literature. The theoretical basis of the study

was the latest articles and publications of scientists who studied the problem of the development of the tourism industry in a crisis environment (in the context of the COVID-19 pandemic). It has been concluded that in the context of worsening epidemic situation and rise in COVID-19 cases, tourism and hospitality enterprises should significantly revise the existing policy of economic attractiveness and change approaches to organizing work with consumers of services.

Keyword: COVID-19, tourism, tourism industry, digitalization.

Розвиток туристичної індустрії, особливо в умовах пандемічного та постпандемічного періоду, засвідчив необхідність застосування сучасних інформаційних технологій, спрямованих на підвищення рівня надання туристичних послуг.

Значна кількість закордонних наукових досліджень щодо розвитку туристичної галузі у 2019-2021 роках доводять, що криза COVID-19 продовжує чинити негативний вплив на діяльність туристичних підприємств [1-3]. Поширення пандемії значною мірою загрожує розвитку туристичної галузі [4], враховуючи її залежність від мобільності людей [5].

Мета статті – обґрунтувати доцільності розвитку цифровізації як одного з напрямів розвитку туристичної галузі в кризових умовах (в умовах пандемії COVID-19 та постпандемічного періоду).

Туризм є одним з ключових напрямів розвитку європейської економіки як з точки зору зайнятості, так і за прямим внеском в економіку (близько 5% ВВП). За період 2013-2016 рр. у туристичній галузі було створено 1,6 мільйона нових робочих місць, що збільшило кількість залучених трудових ресурсів з 10,3 мільйона працівників до 11,9 мільйона, тоді як кількість підприємств зросла з 1,82 до майже 2 мільйонів. Загалом туризм та сфера гостинності є третім за величиною напрямом соціально-економічної діяльності в ЄС [6]. В Європейському Союзі близько 95% підприємств туризму та сфери гостинності класифікується як малий бізнес, де працює до дев'яти працівників. Лише 17% співробітників працюють у великих компаніях, визначених як такі, що мають понад 250 службовців [7].

Кризи аж ніяк не є новими для туризму, однак вплив COVID-19, принаймні з економічної точки зору, на сьогодні був більш руйнівним, ніж будь-які інші кризи в новітній історії. У той же час криза породила нові питання про те, як туристична галузь повинна будувати власну діяльність, і, зрештою, як подорожі та туризм будуть розвиватися як соціально-економічна діяльність у сучасному суспільстві.

Пошук рішень та відповідей на ці питання стає дедалі важливішим викликом для зацікавлених сторін туризму, включаючи дослідницькі спільноти.

Використання інформаційних технологій в туризмі зосереджено в туристичних агентствах, страхових і транспортних компаніях, екскурсіях, готелях, кафе і ресторанах, а також, у разі надання послуг, індивідуальним туристам і туристичним групам.

З моменту впровадження Інтернету для бізнесу інформаційні технології (ІТ) є важливим чинником, що сприяє розвитку туризму. Технологія стала основним чинником підвищення стійкості в туризмі.

За останні три десятиліття, цифровізація у туризмі, як область наукових досліджень, перетворилася в значний обсяг знань з акцентом на розвиток теорії та інформаційних технологій в відповідність з основними проблемами в сфері туризму [8].

Нейдхардт і Вертнер [9] визначають цифровізацію туризму як охоплюючу *«..аналіз, розробку, впровадження та застосування ІТ / рішень для електронної комерції в галузі подорожей та туризму, а також аналіз (впливу) відповідних технічних / економічних процесів та ринкових структур»*.

Цифровізація туризму як предмет наукового дослідження – це динамічна сфера, яка проникла в загальнодоступні туристичні дослідження і продовжує привертати увагу вчених з інформатики та техніки у пошуку областей застосування.

В широкому розумінні цифровізація туристичної галузі це:

- аналіз, проектування, впровадження та застосування ІТ-рішень та рішень для електронної комерції в туристичній галузі; а також аналіз відповідних економічних процесів та ринкових структур та управління відносинами з клієнтами;
- те, як туристичні організації ведуть свій бізнес, і, зокрема, як організації розповсюджують свої туристичні продукти на Інтернет-ринку;
- аналіз, проектування, впровадження та застосування ІТ-рішень та рішень для електронної комерції в галузі подорожей та туризму;
- аналіз, проектування, впровадження та застосування ІТ-рішень та рішень для електронної комерції в галузі подорожей та туризму; а також аналіз відповідних економічних процесів та ринкових структур та управління відносинами з клієнтами;
- аналіз, проектування, впровадження та застосування рішень та послуг, заснованих на інформаційно-комунікаційних технологіях, у сфері подорожей та туризму;
- застосування ІКТ у туристичній галузі, що включає оцифрування всіх процесів та ланцюжок створення вартості у галузях туризму, подорожей, гостинності та громадського харчування [10, 11].

Інтернет відіграє ключову роль у розвитку компаній у туристичній галузі; тому в даний час компанії повинні впровадити дії, деякі з яких наведені в таблиці 1.

Таблиця 1.

Основні інструменти у цифровізації діяльності туристичної компанії

Інструмент	Зміст та спрямованість дії
Забезпечення	Майже 90% споживчих транзакцій починаються та закінчуються на електронних пристроях, насамперед мобільних.
Веб-розробка	Веб-сайт представляє бізнес і повинен деталізувати все, що він пропонує.
Контент-маркетинг	Інформація, надана веб-сайтом та / або соціальними мережами, повинна бути реальною та відповідати дійсності. Це забезпечить лояльність клієнтів.
Органічний пошук	Використання клієнтами пошукових систем. Необхідно досягти високої інформативності та зручності руху на сторінці сайту, залучити та переконати клієнтів у його зручності
Маркетинг електронною поштою	Відповідна кампанія електронною поштою дозволяє укласти угоду з потенційним клієнтом. Для цього необхідно мати контент, який може переконати замовника.
Корпоративний імідж	Цей момент є важливим для бізнесу, оскільки він дозволяє досягти визнання серед користувачів.
Позиціонування в Google	Рейтинг в пошукових системах не тільки дасть видимість бренду, але і забезпечить впевненість і безпеку.
Рекламні кампанії	Носій та спосіб розповсюдження є визначальними для охоплення потенційних споживачів

На людей все більше впливає цифровий медіа, а збільшення використання Інтернет-послуг в умовах пандемії лише посилив цю тенденцію. Відбулася цифрова трансформація поведінки споживачів при купівлі. Наприклад, збільшилось число покупок в Інтернеті в 2020 році, і споживчий прогноз демонструє чітку тенденцію до електронної комерції.

Зіткнувшись із цією ситуацією, туристичні компанії повинні адаптуватись і використовувати цифрові технології у своїх продажах, перетворити цю кризу на можливість.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Gössling S. Pandemics, tourism and global change: A rapid assessment of COVID-19 [Electronic resource] / S. Gössling, D. Scott, C. M. Hall // Journal of Sustainable Tourism. – 2020. – P. 1–20. – Access mode: <https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/09669582.2020.1758708>.
2. Dogan Gursoy. Effects of COVID-19 pandemic on hospitality industry: review of the current situations and a research agenda [Electronic resource] / Gursoy Dogan, Christina G. Chi // Journal of Hospitality Marketing & Management. – 2020. – Vol. 29, № 5. – Access mode: <https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/19368623.2020.1788231>.
3. New research indicates an extended and variable return for one of the hardest-hit industries [Electronic resource] / Vik Krishnan, Ryan Mann, Nathan Seitzman, Nina Wittkamp // McKinsey & Company HomeTravel, Logistics & Transport Infrastructure. – 2020. – Access mode: <https://www.mckinsey.com/industries/travel-logistics-and-transport-infrastructure/our-insights/hospitality-and-covid-19-how-long-until-no-vacancy-for-us-hotels>.
4. Yang Y. Coronavirus Pandemic and Tourism: Dynamic Stochastic General Equilibrium Modeling of Infectious Disease Outbreak [Electronic resource] / Y. Yang, H. Zhang, X. Chen // Annals of Tourism Research. – 2020. – Vol. 83. – Access mode: <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0160738320300578?via%3Dihub>.
5. Domínguez-Mujica J. Tourism and Human Mobility in Spanish Archipelagos [Electronic resource] / J. Domínguez-Mujica, J. González-Pérez, J. Parreño-Castellano // Annals of Tourism Research. – 2011. – Vol. 38(2). – P. 586–606. – Access mode: <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0160738310001581?via%3Dihub>.
6. White Paper for Hospitality in Europe 2019. EU elections. [Electronic resource]. – Access mode: <https://nexttourismgeneration.eu/wp-content/uploads/2019/03/HOTREC-White-Paper.pdf>.
7. Mike Peters. The internationalization of the European hotel industry in the light of competition theories [Electronic resource] / Peters Mike, Frehse Joerg // Tourism. – 2005. – Vol. 53, № 1. – P. 55–65. – Access mode:

- https://www.researchgate.net/publication/291987342_The_internationalization_of_the_European_hotel_industry_in_the_light_of_competition_theories.
8. Benckendorff P.J. Tourism information technology / P.J. Benckendorff, Z. Xiang, P.J. Sheldon. – 3rd ed. – Boston: CABI, 2019.
 9. Neidhardt J. IT and tourism: still a hot topic, but do not forget IT / J. Neidhardt, H. Werthner // Inf Technol Tour. – 2018. – Vol. 20(1–4). – P. 1–7.
 10. Buhalis D. Technology in tourism—from information communication technologies to eTourism and smart tourism towards ambient intelligence tourism: a perspective article / D. Buhalis // Tour Rev. – 2019. – Vol. 75(1). – P. 267–272.
 11. Buhalis D. Progress in information technology and tourism management: 20 years on and 10 years after the Internet – the state of eTourism research / D. Buhalis, R. Law // Tour Manag. – 2008. – Vol. 29(4). – P. 609–623.

УДК 338.48-6:338.482:303.4(045)

Маслиган О.О.

к.е.н, доц. кафедри туризму і рекреації

Мукачівський держаний університет

Тодьєрішко Е. В.

здобувач ступеня «Доктор філософії»,

Мукачівський держаний університет

Крімкова О. С.

здобувач ступеня «Доктор філософії»,

Мукачівський держаний університет

ОБ'ЄКТИВНІ ЗАСАДИ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ СИСТЕМНОГО ПІДХОДУ ДО СТВОРЕННЯ ТУРИСТИЧНО-РЕКРЕАЦІЙНИХ КЛАСТЕРІВ У РЕГІОНАХ

У межах дослідження ідентифіковано сукупністю кроків, які необхідні, щоб виконати задачу зі забезпечення системного підходу до створення туристично-рекреаційних кластерів. Це специфічний покроковий процес з ідентифікації зміни середовища функціонування суб'єктів сфери рекреації і туризму, результатом якого є виникнення нового, поступального процесу переходу від простих до мережових структур, від простого до складного характеру взаємодій.

Ключові слова: кластери; мережні структури; модель, маршрутизація.



МУКАЧІВСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

89600, м. Мукачево, вул. Ужгородська, 26

тел./факс +380-3131-21109

Веб-сайт університету: www.msu.edu.ua

E-mail: info@msu.edu.ua, pr@mail.msu.edu.ua

Веб-сайт Інституційного репозитарію Наукової бібліотеки МДУ: <http://dspace.msu.edu.ua:8080>

Веб-сайт Наукової бібліотеки МДУ: <http://msu.edu.ua/library/>