

- підвищення власної конкурентоспроможності турпідприємства;
- забезпечувати інформацією про конкурентів працівників підприємства і тим самим мотивувати їх діяльність;
- удосконалювати систему навчання та підвищення кваліфікації персоналу;
- краще захищати і зміцнювати позиції підприємства на ринку [1].

Висновки. Отже, маркетингові дослідження відграють важливу роль у функціонуванні та розвитку туристичних підприємств, залученні та утриманні споживачів, моніторингу та оцінці туристичного ринку, що в результаті надає змогу збільшувати прибутки туристським фірмам, і в цілому розвивати туристичний бізнес в Україні.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Герасимчук В. Г. Маркетинг: теорія і практика. К. : Вища школа, 1994. 327 с.
2. Грисюк О. В. Кон'юнктурні дослідження ринку. *Маркетинг: теорія і практика*. 2003. №9. С. 25 – 33.
3. Котлер. Ф., Боуен Дж. Т., Мейкенз Дж. Маркетинг. Гостинність. Туризм. URL: https://infotour.in.ua/kotler_tourism.htm.
4. Мальська М. П., Мандюк Н. Л. Основи маркетингу у туризмі : підручник. К.: Центр учбової літератури, 2016. 336 с.
5. Черчик Л. М. Маркетинг рекреаційних територій: теорія, методологія, практика. Луцьк : ЛДТУ, 2006. 136 с.

Е. М. Дорофєєв, М. М. Ксенофонтова
Сумський державний педагогічний університет
імені А. С. Макаренка

ЦИФРОВІЗАЦІЯ ЕКОНОМІКИ ЯК ФАКТОР ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ

На сучасному етапі технологічного розвитку цифровізація економіки набуває вагомого значення. У статті розглянуто поняття «цифрова економіка», причини цифровізації сучасної економіки, окреслено її основні переваги. Проаналізовано можливості, які надає оцифровування процесів ведення економічної діяльності на сучасних підприємствах.

Ключові слова: економічна діяльність, цифрова економіка, інновації.

At the current stage of technological development, the digitalization of the economy is gaining significant importance. The article examines the concept of «digital economy», the reasons for the digitalization of the modern economy, and outlines its main advantages. The opportunities provided by the digitalization of economic activity processes at modern enterprises are analyzed.

Keywords: economic activity, digital economy, innovation.

Термін «цифрова економіка» широко застосовується як у теорії, так і на практиці, однак єдиної думки щодо його трактування не існує. Згідно з відомими твердженнями, сформульованими Стеном Капланом у його методиках аналізу ризиків, 50% проблем у світі виникають через ситуацій, коли використовуються однакові слова для позначення різних понять, і стільки ж з'являється тому, що одні й ті ж поняття трактуються різними словами [1]. Цей висновок характерний і для сфери цифрової економіки, де найчастіше для привернення уваги до цифрової теми термін «цифрова економіка» широко вживається журналістами та фахівцями стосовно найрізноманітніших напрямів цифровізації, внаслідок чого темп смислових змін постійно збільшується і, як наслідок, виникає ризик розмиття меж нової сфери знань, втрати нею своєї ідентичності та інвестиційної привабливості.

Актуальність проблем формування цифрової економіки обумовлена як зростанням масштабів соціальних комунікацій за допомогою соціальних мереж, так і ефективністю цифрових платформ, що підвищують швидкість та різноманітність обмінів (шляхом застосування технологій, побудованих на використанні ознак дискретності, програмованості та алгоритмічності виробничих процесів), що загалом відкриває принципово нові та ширші можливості зростання ефективності масового виробництва, розвитку економіки та суспільства. За оцінкою експертів Всесвітнього економічного форуму, потенціал цифрових трансформацій (і як наслідок масового застосування цифрових технологій для скорочення різних витрат, і як засіб оптимізації процесів в економіці, соціумі та як результат появи нових галузей) оцінюється в обсязі понад 100 трлн. дол. [3]. Багато країн визначили стратегії цифрового розвитку високопріоритетними та реалізують комплекс заходів щодо цифровізації економіки і соціуму.

Істотною причиною цифровізації економіки став розвиток Інтернету. У літературі наголошується, що «цифрова економіка – це всесвітня мережа економічної діяльності, комерційних трансакцій та професійних взаємодій, що забезпечуються інформаційно-комунікаційними технологіями [6].

Після запуску мережі Інтернет у середині 1990-х років майже відразу відбулося прискорене оцифровування інструментів сучасного фондового ринку, що супроводжувалося повним витісненням реальних цінних паперів з обігу. За останні 10–15 років зростання цифрової економіки особливо помітне. Спостерігається широке використання цифрових платформ у режимі мережі. На життєдіяльність людей все більше впливає інформація, що надходить з таких мереж та мережевих сервісів, як Facebook, Twitter, Instagram та Youtube. Інтернет у розвинених країнах інтегрується в економічну, соціальну та інші сфери людської діяльності, захоплюючи

бізнес, банківську справу, охорону здоров'я, освіту тощо.

Цифрова економіка відкриває нові можливості, здатні змінити життя людства на краще. Завдяки розвитку електронних технологій споживач може швидко отримувати більшу кількість якісних послуг та товарів. Для кожного окремого бізнесу перехід на електронну комерцію може виступати поштовхом до потенційного зростання та розширення за рахунок збільшення клієнтури та певного полегшення здійснення продажів та надання послуг за допомогою інформаційних технологій та використання мережевих сервісів та хмарних платформ. За даними соціологічних досліджень, ще 2016 року кількість людей, які мали вільний доступ до Інтернету, перевищувала 3 млрд. осіб. У 2019 році понад 53% населення Землі, або 4,1 млрд. осіб, мали доступ до Інтернету. Це майже половина населення планети.

Бізнес, який зможе налагодити взаємодію із споживачами за умов використання мережі Інтернет, зможе витримати конкуренцію. Цифровізація економіки нині здійснюється у різних формах, які спираються на використання комп'ютерних ресурсів і мережевих можливостей та його впровадженні у різні сфери виробничої, соціальної й побутової діяльності. Вона передбачає не тільки розвиток виробництва комп'ютерів, комп'ютерних технологій та програмних продуктів, а й формування спеціальних платформ на базі комп'ютерних мереж, що дозволяють переробляти розподіляти інформацію між заінтересованими особами. Це призводить також до використання мереж та комп'ютерних технологій у реальному бізнесі, логістиці, електронній комерції тощо [6].

Сучасний розвиток економіки спирається на переведення активів у цифровий вигляд, що передбачає їхнє існування у бінарній формі. Це дозволяє здійснювати операції з цими активами, використовуючи можливості комп'ютерів, мережі Інтернет, хмарних технологій, або організувати спеціальні різновиди бізнесу, що спираються на цю електронну форму для розподілу та перерозподілу оцифрованих активів, тобто їх купівлю-продаж у будь-якій точці земної кулі, де є доступ до мереж Інтернету. Переведення в оцифровану форму перетворює активи на глобальні та взаємозамінні, доступ до них суттєво спрощується. Торгівля подібними активами в режимі реального часу сприяє на розвитку бізнесу на основі інтернет-технологій та поширенню різноманітних форм шерингової економіки. Страхування, медицина та освіта також поступово переходять в онлайн-сферу, а оцифрування більшості послуг вже завершується.

Істотні зміни відбуваються у сфері фінансів. За наявності комп'ютерної мережі в цьому секторі не потрібне створення нового банківського офісу, достатньо мати банкомат або просто мобільний гаманець у смартфоні, що ставить нові завдання перед

розвитком банківської сфери. Набули поширення криптовалюти, що є певними шифрованими комп'ютерними програмами – так звані токени, як деяка форма валюти, що дозволяє одержувати реальний дохід. Очевидно, все це потребує суттєвих перетворень, пов'язаних, насамперед, із розширенням використання мережевих та ком'ютерних технологій.

Відповідно до економічної логіки стають очевидними переваги цифровізації, які визначаються такими факторами ефективності:

- прискорення використання підприємствами нових ринкових можливостей внаслідок прямих цифрових сигналів від зовнішнього середовища;
- поліпшення якості обслуговування замовників за рахунок спрощення та здешевлення збору даних для персоналізації запитів та підтримки постійного зв'язку з ними;
- розширення можливості оптимізації бізнес-процесів шляхом максимального виключення затримок, а також їх спрощення та прискорення за рахунок цифрових пристроїв;
- збільшення цільової аудиторії та географічного охоплення підприємства за рахунок використання всіх форм цифрових каналів [4].

Ці фактори мають тактичне значення і більшою мірою характерні для підприємства, що переходить на використання цифрових технологій у виробництві та збуті продукції. із планами [5].

Виходячи з даних теоретичних положень, можна припустити, що цифровізація – не мета, а засіб. Цифрова економіка не може розглядатися окремо від решти економіки та повинна трактуватися як сегмент діяльності, коли матеріалізація доданої вартості у виробництві товарів та послуг здійснюється за допомогою цифрових технологій, особливо для галузей, які є інтернет-залежними. При цьому вона має сенс та цінність у тому випадку, якщо цифрові технології та інфраструктура сприяють співпраці у всіх сферах економіки та рівнів господарювання. Одночасно формується комфортне середовище для започаткування та реалізації різних стартапів.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Бухт Р., Хікс Р. Визначення, концепція та вимірювання цифрової економіки. *Вісник міжнародних організацій*. 2018. № 2. 149 с.
2. Карчева Г. Т., Огородня Д. В., Опенько В. А. Цифрова економіка та її вплив на розвиток національної та міжнародної економіки. *Фінансовий простір*. 2017. № 3. С. 13 – 23. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Fin_pr_2017_3_4 (дата звернення: 10.05.2024)
3. Коваленко О. Т. Інструменти та механізми цифрової економіки. Реалізація економічного потенціалу України: теоретичні та практичні аспекти : монографія / за заг. ред. М. М. Забаштанського. Чернігів: ЧНТУ, 2020. С.178 – 189.

4. Марченко В. І. Цифрова економіка на світовому рівні: теорія і практика в умовах трансформації економіки: навч. посіб. Київ: Центр учбової літератури, 2021. 448 с.
5. Сідельнікова В. К. Цифрова економіка: міфи, реальність, перспектива. *Економіка: Збірник наукових праць Харківського національного педагогічного університету імені Г. С. Сковороди*. 2022. Вип. 14. С. 18 – 24.
6. Цифрова економіка : підручник / Т. І. Олешко, Н. В. Касьянова, С. Ф. Смерічевський та ін. К. : НАУ, 2022. 200 с.

А. В. Колдовський

*Вища школа банкова Merito, м. Варшава (Польща)
Житомирський економіко-гуманітарний інститут
Університету «Україна»*

К. В. Шафранова

*Житомирський економіко-гуманітарний інститут
Університету «Україна»*

ЦИФРОВІ ІННОВАЦІЇ У ФОРМУВАННІ ТА УПРАВЛІННІ ТУРИСТИЧНИМИ ПРОДУКТАМИ ТА ПОСЛУГАМИ

У дослідженні розглядається вплив цифрових інновацій на формування та управління туристичними продуктами та послугами в Україні. Результати дослідження показують, як впровадження цифрових інструментів сприяє поліпшенню комунікації з клієнтами, оптимізації процесів бронювання та підвищенню якості обслуговування. Пропозиції щодо подальших досліджень включають вивчення впливу штучного інтелекту та віртуальної реальності на туризм.

Ключові слова: *цифрові інновації, туристичні продукти, управління, комунікація, штучний інтелект, віртуальна реальність.*

This research examines the impact of digital innovations on the formation and management of tourism products and services in Ukraine. The research results demonstrate how the implementation of digital tools contributes to improving communication with clients, optimizing booking processes, and enhancing service quality. Suggestions for further research include investigating the influence of artificial intelligence and virtual reality on tourism.

Keywords: *digital innovations, tourism products, management, communication, artificial intelligence, virtual reality.*

У сучасному світі туризм стає все більш цифровим, а цифрові інновації відіграють важливу роль у формуванні та управлінні туристичними продуктами та послугами [1]. Зростання використання цифрових технологій відкриває безліч нових можливостей для розвитку галузі, та впливає на всі її аспекти. Починаючи з пошуку інформації про подорожі та планування маршрутів, аж до самого відпочинку та отримання послуг на місці, цифрові інновації переплітаються з усіма етапами подорожі та забезпечують новий рівень зручності та доступності для подорожуючих. Наприклад, інтернет та мобільні додатки дозволяють туристам швидко та