

ФІЛОСОФІЯ ЕКОНОМІКИ ТА УПРАВЛІННЯ
PHILOSOPHY OF ECONOMICS AND MANAGEMENT

УДК 338.242

DOI: <https://doi.org/10.26661/hst-2020-6-83-12>

**КРЕАТИВНІ ЦИФРОВІ ТЕХНОЛОГІЇ ЯК МЕГАТРЕНДИ
РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНОГО БІЗНЕСУ: ПОШИРЕННЯ
ЄВРОПЕЙСЬКОГО ДОСВІДУ В УКРАЇНІ**

©ВОРОНКОВА, В. Г.

Інженерний навчально-науковий інститут Запорізького національного
університету (Запоріжжя, Україна)

E-mail: valentinavoronkova236@gmail.com

ORCID iD : 0000-0002-0719-1546

*Інженерний навчально-науковий інститут Запорізького національного
університету, пр.Соборний, 226, кум.323, Запоріжжя, Україна, 69006*

*Engineering educational and scientific Institute of Zaporizhzhia National University, 226
Soborny Avenue, 69006 Zaporizhzhia, Ukraine*

©ЧЕРЕП, А. В.

Запорізький національний університет (Запоріжжя, Україна)

E-mail: cherep.av.znu@gmail.com

ORCID iD : 0000-0001-5253-7481

Zaporizhzhya National University, Zhukovskoho str., 66, 69600 Zaporizhzhia, Ukraine

*Запорізький національний університет, вул. Жуковського, 66, 69600 Запоріжжя,
Україна*

Анотація

Актуальність дослідження у тому, що поряд з науково-технічною революцією відбувається антропологічна і цифрова революція, суть яких у глибинній зміні мислення людини, форм її соціального життя, зумовлених фундаментальними змінами у ціннісно-цільових структурах суспільства у цілому, які привели до перенесення основних соціальних процесів із сфери матеріального світу у цифрову сферу. Мета дослідження – теоретичні і практичні засади формування концепції креативних цифрових технологій як мегатрендів розвитку туристичного бізнесу у контексті поширення європейського досвіду в Україні. Завдання дослідження: проаналізувати поняття «цифрового середовища», «цифрового добробуту», «цифрового комфорту» та ціннісні виміри цифровізації; дослідити концепцію «розумного міста» в контексті використання досвіду Європи; з'ясувати розвиток агротуризму, сільського та наукового туризму як нових мегатрендів туристичного бізнесу; виявити сутність та напрями розвитку креативного smart-туризму та e-tourism як форм туризму нового покоління. У результаті проведеного аналізу розроблено концепцію цифрових креативних технологій як мегатрендів розвитку туристичного бізнесу у контексті поширення європейського досвіду в Україні; з'ясовано концепцію Digital-аналітичного інформаційного мислення та культури як складової цифрових креативних технологій у туристичному бізнесі; вироблено напрями упровадження концепції інноваційного

Креативні цифрові технології як мегатренди розвитку туристичного бізнесу:
поширення європейського досвіду в Україні

розвитку туристичного бізнесу в умовах COVID-19. Методологія аналізу. Методи – антропологічний, аксіологічний, феноменологічний, онтологічний, системний, структурно-функціональний, феноменологічний. Підходи – гуманістичний, крос-культурний, цивілізаційний. Принципи – цілісності (співмірності), інноваційності, нелінійності (відхилення від рівноваги), відкритості, гомеостатичності (самостабілізації), самодетермінації (самоналаштування), саморегуляції, самоуправління. Парадигми - синергетична, Agile-менеджменту (гнучкого), Просвітництва 2.0, людиноцентрична модель збалансованого розвитку, спіралеподібної динаміки, нелінійності, синтезу економіки, культури і техніки. Концепції та теорії – smart-культури, smart-технологій, smart-освіти, smart-людини, smart-туризму, smart-управління як високоінтелектуального, високотехнологічного, високоінноваційного розвитку суспільства. В результаті створено концепцію інноваційного розвитку туристичного бізнесу за рахунок data-science, Digital-технологій, удосконалення data-аналітичного мислення і культури туристичних компаній.

Ключові слова: креативні цифрові технології, мегатренди розвитку, туристичний бізнес, європейський досвід, ціннісні виміри цифровізації, концепція «розумного міста», агротуризм, сільський туризм, науковий туризм, креативний smart-туризм, e-tourism

Постановка проблеми у загальному вигляді та її зв'язок із важливими науковими чи практичними завданнями.

Актуальність теми. Поряд з науково-технічною революцією відбувається і антропологічна і цифрова революція, суть яких у глибинній зміні мислення людини, форм її соціального життя, зумовлених процесом цифровізації і фундаментальних змін у ціннісно-цільових структурах суспільства у цілому, які привели до перенесення основних контекстів соціальних процесів із сфери матеріального світу у цифрову сферу. Рівень цифрового розвитку відображає динаміку історичного переходу до сучасного цифрового розвитку. Економіки європейських країн (Швеція, Нідерланди, Данія) дотримуються заходів, що укріплюють довіру населення до нових технологій, населення цих країн відноситься до країн цифрового майбутнього, у яких є розвинений цифровий добробут,

культивується політика конфіденційності, безпеки і підзвітності. Цифрова економіка виводить країни на новий щабель цифрового розвитку, цифрового добробуту, цифрового благополуччя, цифрової стабільності. Цифрові технології як мегатренди розвитку туристичного бізнесу допоможуть Європі вийти з кризи коронавірусу у результаті поширення й використання європейського досвіду в Україні. Для подальшого розвитку туризму слід оновити і переформатувати концепцію креативних цифрових технологій у туристичному бізнесі, яка була б конкурентоспроможною і після COVID-19.

Аналіз останніх досліджень і публікацій, з яких започатковано розв'язання даної проблеми і на які спирається автор

В статті використано авторські публікації Р.Андрюкайтене, В.Воронкової, В.Нікітенко, А.Череп, які віднесено саме до аналізу туристичної сфери,

опубліковані як у вітчизняному науковому просторі, так і в зарубіжному (м. Маріямполь, Каунас), де щорічно відбуваються Міжнародні науково-практичні конференції, організатори яких велику роль приділяють аналізу туристичної сфери.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми, котрим присвячується означена стаття.

Якісне зростання цифровізації - це упровадження комп'ютерних технологій у всі сфери життя: промисловість переходить на автомати звані системи виробництва; держава здійснює послуги в режимі он-лайн (електронний уряд); роботизація проникає у сферу послуг; транспорт готується до автономного водіння без водіїв і машиністів. Штучний інтелект і квантові технології повинні забезпечити процвітання, захистити безпеку, укріпити цінності цифрових мереж, цифровізація повинна розповсюджуватися, а держава захищати споживачів. Цифрова економіка створює якісно нові можливості для розвитку економіки і виходу з кризи коронавірусу, але «цифрова рука ринку» не повинна підміняти собою «невидиму руку ринку»: закони змінюються на наших очах. Цифрове туристичне середовище – це забезпечення технічного, організаційного і правового захисту інтересів громадян, туристичного бізнесу і державних інтересів при здійсненні взаємодії в цифровій

екосистемі. Відсутність узгодженої політики у цифровому туристичному середовищі у рамках регіональних форматів може стати перепорою для досягнення синергетичних ефектів у розвитку цифрової туристичної економіки та досягнення цифрового добробуту та цифрового комфорту туристичної галузі

Мета статті – концептуалізація розвитку креативних цифрових технологій як мегатрендів розвитку туристичного бізнесу у контексті поширення європейського досвіду в Україні.

Формування цілей статті:

- проаналізувати поняття «цифрового середовища», «цифрового добробуту», «цифрового комфорту» та ціннісні виміри цифровізації;
- дослідити концепцію «розумного міста» в контексті використання досвіду Європи;
- з'ясувати розвиток агротуризму, сільського та наукового туризму як нових мегатрендів туристичного бізнесу;
- виявити сутність та напрями розвитку креативного smart-туризму та e-tourism як форм туризму нового покоління;
- розробити концепцію цифрових креативних технологій як мегатрендів розвитку туристичного бізнесу у контексті поширення європейського досвіду в Україні;
- з'ясувати концепцію Digital-аналітичного інформаційного мислення та культури як складової цифрових креативних технологій у туристичному бізнесі;

- виробити напрями
упровадження концепції
інноваційного розвитку
туристичного бізнесу в умовах
COVID-19.

Методологія дослідження.
Методи – антропологічний,
аксіологічний, феноменологічний,
онтологічний, системний,
структурно-функціональний,
феноменологічний. Підходи –
гуманістичний, крос-культурний,
цивілізаційний. Принципи –
цілісності (співмірності),
інноваційності, нелінійності
(відхилення від рівноваги),
відкритості, гомеостатичності
(самостабілізації), самодетермінації
(самоналаштування),
саморегуляції, самоуправління.
Парадигми - синергетична, Agile-
менеджменту (гнучкого),
Просвітництва 2.0,
людиноцентрична модель
збалансованого розвитку,
спіралеподібної динаміки,
нелінійності, синтезу економіки,
культури і техніки. Концепції та
теорії – smart-культури, smart-
технологій, smart-освіти, smart-
людини, smart-туризму, smart-
управління як
високоінтелектуального,
високотехнологічного,
високоінноваційного розвитку
суспільства.

**1. Понятійно-категоріальний
апарат концептуалізації розвитку
креативних цифрових технологій
як мегатрендів розвитку
туристичного бізнесу у контексті
поширення європейського
досвіду в Україні.**

Цифрове середовище націлене
на підвищення якості життя
населення і
конкурентоспроможності
туристичного бізнесу через
посередництво прогресивного
розвитку цифрової екосистеми.
Цифрові технології повинні
слугувати на благо соціуму, а
цифровізація покращувати
добробут. Цифровий добробут – це
вивчення таких методів роботи, що
сприяють максимізації прибутку та
економічного зростання
туристичної галузі. Цифровий
комфорт - це досягнення надійних,
довгострокових і взаємовигідних
відносин з клієнтами, які принесуть
добробут і гармонію. .

Проблеми цифрового розвитку
соціуму:

1. Майбутнє “цифрової
сингулярності”, яке передбачив
Рейл Курцвейл і навіть визначив
для нього дату 2045 рік, коли
можливості комп'ютеру
порівнюються з можливостями
людини.

2. Поява кіберфізичних систем.

3. Визнання роботів суб'єктами
права.

4. Недопустимість використання
штучного інтелекту для нанесення
шкоди громадянам.

5. Попередження і мінімізація
ризиків виникнення негативних
наслідків використання цифрових
технологій.

6. Розвиток “роботоправа”:
регулювання проблем робо техніки.

7. Захист конфіденційності.

8. Цілісність, доступність і
захист інформації.

3. Цифрова безпека.

Ціннісні виміри цифровізації:

1) Технологічні – безпека, добробут, споживання, сервісна модель держави, ексклюзивний розвиток;

2) Антропологічні – адаптація, комунікація, прозорість, комфорт, освіта, інтелект;

3) Аксіологічні - алгоритмічна культура і мислення, творчість, креативність, швидкість, стійкість, гнучкість

2. Концепція “розумне місто”: використання досвіду Європи.

Концепція «розумне місто» – це підхід до розвитку міста, що використовує цифрові інструменти для підвищення рівня життя, якості послуг та ефективності управління при обов’язковому задоволенні потреб теперішнього і майбутнього поколінь у всіх актуальних аспектах життя, яке характеризують високоінтелектуальні інтегровані системи, що включають: місцеве середовище, безпечне місто, цифрове місцеве управління, інвестиційний клімат, добробут.

3. Принципи концепції «розумного міста»:

- орієнтація на людину
- формування стійкого і безпечного місцевого середовища.

- дотримання балансу інтересів, принципів розвитку і можливостей.

- доступність і вигідність сервісів і послуг.

- інтегрованість, відкритість і взаємодія.

- безперервне удосконалення якості управління.

- акцент на економічній ефективності.

- пріоритет довгострокових рішень над короткостроковими.

- застосування найкращих доступних технологій.

Формування креативного простору міста – це розвиток людського капіталу шляхом підвищення цифрової грамотності населення, підвищення кваліфікації спеціалістів у сфері інфо-комунікаційних креативних технологій та розвиток креативного мислення.

Європейські тренди «розумного міста»:

- розумна економіка (Smart Economy);

- розумне управління (Smart Governance);

- розумне оточуюче середовище (Smart Environment);

- розумна життєдіяльність (Smart Living);

- розумні люди (Smart People);

- розумна мобільність (Smart Mobility).

Сінгапур, Гельсінкі та Цюріх тріумфують у світовому індексі розумних міст. Дані другого року спільних досліджень пропонують вказівки на міста пост-пандемічного світу - Сінгапур, Гельсінкі та Цюріх зайняли трибуни на подіумі у звіті про індекси інтелектуального міста IMD-SUTD за 2020 рік, співпраці між IMD та Сінгапурським університетом технологій та дизайну (SUTD). Індекс 2020 зайняли 109 міст, що на 7 більше, ніж в інавгураційному випуску минулого року, використовуючи як

економічні, так і технологічні дані, разом із уявленнями громадян про те, наскільки розумними були їхні міста. Він публікується під егідою Обсерваторії IMD Smart City (ШОС).

3. Агротуризм, сільський і науковий туризм як нові мегатренди туристичного бізнесу. До агротурзму відноситься вся туристична діяльність, що пов'язана з використанням агрокомплексу (польові роботи, догляд за тваринами, виробництво сільськогосподарської продукції). Крім того, агротуризм сприяє відродженню депресивних сільських територій та розвитку інфраструктури сільських регіонів. Туристична діяльність пов'язана із рибальством, мисливством (фотополюванням), збиранням ягід та грибів, відноситься до сільського туризму. Сільський туризм є особливою формою туристичної діяльності з використанням природного, матеріального і культурного потенціалу сільського регіону. Сільський туризм сприяє вирішенню соціально-економічних проблем села, розширюючи сферу зайнятості місцевого населення у виробничій, обслуговуючій та розважальній сферах, стимулюючи розвиток транспорту та торгівлі. Туристів приваблюють екологічно чисті продукти, свіже повітря, унікальні флора та фауна, оздоровлення. Науковий туризм включає пізнавальні маршрути у таких видах діяльності, як спелеологія - наука, що займається всебічним дослідженням природних підземних просторів, їх

походження, еволюції, віку, морфології, мінералів, складу підземних вод, залишків стародавньої матеріальної культури. Науковий туризм включає також пізнавальні маршрути з вивчення археології, сільського господарства, мистецтва і культури тощо. Допоміжна форма наукового туризму полягає в участі у наукових та супутніх роботах в якості допоміжного персоналу (участь в експедиціях, розкопках, реставраційних роботах, роботах у заповідниках та заказниках, проведенні польових наукових досліджень, геодезичних практиках тощо). В умовах глобалізації розширюється місце і роль наукового туризму для розширення наукових можливостей пояснення складних проблем сучасності, розбудови наукових і освітніх зв'язків між різними країнами.

4. Креативний smart-туризм та e-tourism як форми туризму нового покоління. Розвиток креативного смарт-туризму вважається однією з нових форм туризму нового покоління, і є різновидом Data Science туризму, який дозволяє мандрівникам розвивати творчі здібності, використовувати інформаційні креативні технології для створення нових високотехнологічних туристичних продуктів та послуг, націлених на самоактуалізацію та пошук чогось нового у процесі використання туристичної діяльності.

Електронний туризм (E-tourism) виділяється як різновид інформаційної економіки та сприяє

розвитку креативних видів туризму і включає втілення нових трендів та креативних технологій, нових форм обміну інформацією для розкриття енергій, талантів і потенціалу кожної людини та становлення і розвитку креативної економіки як основи сталого розвитку.

Ціннісні виміри цифрової особистості у пошуках цифрового (комп'ютерного) добробуту у контексті туристичного бізнесу. Спеціальний проект ОЕСР «Перехід на цифровий рівень: перетворення для зростання та добробуту» (2017 р.), що віключає 7 векторів цифровізації:

1. Масштабування без значних витрат.

2. Налаштування до потреб споживача.

3. Швидкість та проблеми динаміки.

4. Нематеріальний капітал та нові джерела створення вартості.

5. Трансформація простору.

6. Розширення прав і можливостей.

7. Платформи та екосистеми цифровізації.

5. Концепція цифрових креативних технологій у туристичному бізнесі включає:

1) розвиток креативного мислення туроператорів та туристичних менеджерів, які сьогодні називаються та формування креативних команд, здатних працювати в умовах ризику та сприяти подоланню проблем складності, невизначеності, стохастичності, асиметрії інформації;

2) використання інформаційно-комп'ютерних технологій у сільському туризмі у межах Європейської мережі розвитку сільських територій (ENRD) та застосування інновацій у галузі туристичної політики України;

3) вплив креативних технологій на динаміку змін у туризмі та досягнення підвищення конкурентоспроможності туристичного бізнесу як основи сталого розвитку у країнах Європи та Україні;

4) урізноманітнення креативних технологій сільського туризму з метою виявлення ризиків та шляхів їх подолання для досягнення сталого розвитку туристичного бізнесу;

5) використання креативних та цифрових технологій для сталого розвитку туристичних бізнес-моделей у сільському туризмі в Україні та країнах ЄС;

6) формування відкритих мереж (кластерів) та асоціацій для популяризації й підтримки креативного сільського туризму в Україні;

7) використання мережевих платформ для досягнення сталого розвитку туризму в Україні та країнах Європи та удосконалення його інструментарію;

8) розвиток кластерного підходу як новітньої форми удосконалення бізнес-процесів у сільському туризмі та особливості їх реалізації в Україні та європейських країнах, основою яких є свобода, дозвілля та безпека споживачів.

6. Концепція Digital-аналітичного інформаційного мислення та культури як складової цифрових креативних технологій у туристичному бізнесі.

Туристичні компанії розвивають digital-аналітичне інформаційне мислення та культуру, які є креативним для працівників туризму з метою, щоб отримати над конкурентами переваги і розширити горизонти в умовах коронавірусної епохи.

Існує необхідність дослідження структурних взаємовпливів трансформацій креативних технологій туризму у напрямі його сталого розвитку у контексті європейського досвіду, що включає:

1) розвиток креативних технологій цифрової економіки і цифрового менеджменту як чинників сталого розвитку туристичного бізнесу за рахунок упровадження Data science - аналізу і обробки даних турфірм у цифровій формі);

2) розвиток цифрових технологій як мегатрендів Data Mining, що включає добування даних, інтелектуальний аналіз даних, глибинний аналіз даних, направлених на розширення та персоніфікацію даних про клієнтів для подальшого розвитку туристичного бізнесу, щоб реалізувати нові фічі для клієнтського профілю та розвитку direct-комунікацій, відслідковуючи ситуацію в туристичних організаціях у зв'язку з полинною

поведінкою клієнтів і коригуючи ціни на турпоїздки;

3) виявлення специфічних особливостей трансформації туризму за рахунок використання Big-data-методів, використовуючи метод граф і топологічний аналіз;

4) удосконалення тенденцій розвитку креативних смарт-технологій туризму для збалансованого сталого розвитку;

5) розвиток креативних технологій у різних бізнес-моделях сільського туризму в Україні та країн ЄС;

6) впровадження моделей глибинного (машинного) навчання у сферу туристичного бізнесу. Всі ці компоненти складають концепцію креативних цифрових технологій у туристичному бізнесі цифрового суспільства;

7) Для digital-аналітичного мислення та культури характерними є креативність, інтуїція, знання проблемної ділянки туристичного бізнесу, так як спеціалісти повинні приймати креативні рішення і застосовувати креативні технології, щоб зробити туристичний бізнес ефективним.

7. Концепція інноваційного розвитку туристичного бізнесу в умовах COVID-19.

1. Створити концепцію інноваційного розвитку туристичного бізнесу за рахунок data-science (оцінка ролі аналітичних та інформаційних даних) в туристичному бізнесі.

2. Розвивати Digital-технологій, які все частіше стають на чолі компаній, щоб вміти компетентно взаємодіяти з зовнішнім і

внутрішнім середовищем, оцінити всю сукупність коронавірусних проблем і вміти їх вирішувати.

3. Удосконалювати data-аналітичне мислення і культуру туристичних агентів-спеціалістів, які працюють в туристичних компаніях.

4. Оперативно вирішувати туристичні проблеми, для чого туристичній команді сформувати, як буде вирішена та чи інша туристична проблема і як будуть використовуватися дані для їх вирішення.

5. Туристичні організації повинні очолити справжні професіонали і спеціалісти, здатні вивести свою компанію на рівень конкурентоспроможності, щоб вийти з ситуації кризи, ризику, нестабільності, інформаційної стохастичності.

Туристичний ринок є одним із найбільших та найдинамічніших ринків у світі. Тож необхідно урізноманітнювати креативні цифрові технології у туристичному бізнесі цифрового суспільства, так як туризм є достатньою стабільною і значною статтею доходу державної економіки. Всесвітня Рада подорожей і туризму (WTTC) прогнозує, що у 2024 році прибутки від туризму складатимуть біля 29,8 млрд., а офіційний прогноз аналітиків, що доходи від туризму виростуть на 3,3 % за наступне десятиліття. За даними Всесвітньої ради з туризму та подорожей (WTTC), туризм в ЄС буде займати 23 % в провідних галузях державного значення.

Covid-19 як цивілізаційний виклик у контексті «Осягнення історії: «Виклик-Відповідь» А.Тойнбі: 1) Події такого рівня генерують зміни в оточуючому середовищі, технологіях, економіці і суспільстві. Сутністю відповіддю на виклик виступає соціальний процес переходу від старих умов до нових, що є для цивілізації критично важливим - це використання креативних технологій. 2) Будь-які соціальні зміни пов'язані з функціонуванням глобальної економіки залежить від швидких потоків інформації, технологій і капіталу. Це дає сучасному суспільству великі можливості для розвитку, але й породжує нові виклики, що генерують непередбачувані наслідки – економічні, соціальні та екологічні. 3) Економічна глобалізація породжує безробіття у регіонах і нові форми пандемічної бідності. Соціальна глобалізація – руйнування звичного укладу життя і, як наслідок, трансформацію суспільства. Екологічна глобалізація викликає самі серйозні загрози. Згідно з прогнозами, світова економіка у 2021 році скоротиться на 3%, що набагато гірше, чим у 2008-2009 рр., а у деяких країнах приведе до рецесії, уповільнення темпів економіки нижче 2,5%.

COVID-19 як «шок теперішнього і майбутнього»: З однієї сторони, подальше руйнування глобальних ланцюгів постачання, падіння національних економік, падіння індексу

контейнерних перевезень, падіння індексу людського та інноваційного розвитку; з іншої сторони, розвиток програм оптимізації і модифікації національної системи охорони здоров'я, відновлення сфери інвестицій, технологій і передових управлінських практик Agile-менеджменту, фінансування базової інфраструктури; в цілому пандемія коронавірусу виступає каталізатором економічного розвитку та швидкого відновлення туристичних маршрутів, використання креативної цифрової економіки і цифрового менеджменту як чинників сталого розвитку туристичного бізнесу.

Туристичний потенціал території охоплює сукупність природних, етнокультурних та соціально-історичних ресурсів, а також наявної господарської і комунікаційної інфраструктури території, що служать чи можуть служити передумовами розвитку певних видів туризму, впливати на динаміку змін розвитку туристичного бізнесу як основи сталого розвитку.

Цифровий стрибок туристичного бізнесу:

Цифровий стрибок - це стрибкоподібний розвиток, що означає швидку зміну, здійснену організацією, суспільством, сферою або країною для переходу на вищий рівень розвитку завдяки технологіям, минаючи проміжні стадії, які є природними в інших випадках.

Sharing economy (спільна економіка) - це спільне

використання ресурсів, сервісів, можливостей.

Digital by default - це принцип, згідно з яким цифрова (електронна) версія процесу, системи стає основною, водночас відповідна аналогова перестає супроводжуватися або існувати взагалі.

Data у цифровій економіці - це ресурс та засіб виробництва, який може стати фактором капіталізації як власного (віртуального), так і аналогового контуру, що призводить до «ресурсотворення» та появи доданої вартості (а не лише використання, на прикладі природних ресурсів). Більше даних — більше ресурсів.

Network effect - феномен зростання споживчої цінності мережі у міру зростання числа її вузлів, масштаб та «зв'язки», мережевий ефект.

Open systems - відкриті стандарти та доступність, масштабованість.

Integration (Digital Twin) - інтегральна взаємодія віртуального, фізичного, біо (кіберфізичні, кібербіосистеми).

Висновки

Цифрове суспільство - це суспільство, яке інтенсивно та продуктивно використовує цифрові технології для власних потреб - самореалізації, роботи, відпочинку, навчання, дозвілля, а також для досягнення та реалізації спільних економічних, суспільних та громадських цілей. Туристичний ринок є одночасно і ресурсом, і резервом інноваційного зростання

при високому рівні популярності та доступності. Цифрова трансформація як чинник розвитку світу після COVID-19. Цифрова трансформація означає інтеграцію цифрових технологій у всі сфери бізнесу. Ця інтеграція призводить до принципів змін у тому: як діють громадяни, підприємства та організації; як вони забезпечують цінність для себе, своїх працівників, клієнтів, партнерів, досягаючи власних та спільних, економічних та соціальних цілей швидше, дешевше та з новою якістю.

Сталий продукт дестинацій можна реалізувати як інноваційний за умов поєднання заходів подієвого характеру та відмінної інфраструктури туризму; Туристичний потенціал території охоплює сукупність природних, етнокультурних та соціально-історичних ресурсів, а також

наявної господарської і комунікаційної інфраструктури території, що служать чи можуть служити передумовами розвитку певних видів туризму, впливати на динаміку змін розвитку туристичного бізнесу як основи сталого розвитку.

Сталий продукт дестинацій можна реалізувати як інноваційний за умов поєднання заходів подієвого характеру та відмінної інфраструктури туризму; Туристичний потенціал різних країн має власну ціну, якою можна маніпулювати, підвищуючи цінність та значущість об'єктів відвідування, рівень сервісу, популярність туристичного бренду. Для подальшого розвитку туризму слід оновити і переформатувати концепцію креативних цифрових технологій у туристичному бізнесі, яка була б конкурентоспроможною і після COVID-19.

Список використаних джерел

1. Воронкова В. Г. Цифрова економіка & цифровий менеджмент інформаційного суспільства. Збірник матеріалів XIII Міжнародної науково-практичної конференції «Управління соціально-економічним розвитком регіонів та держави» / [за ред. А.В. Череп]. Запоріжжя : Видавництво ЗНУ, 2019. 20–21.
2. Воронкова В. Г. Розвиток туризму як соціального і культурного явища в умовах глобалізації та крос-культурної комунікації. Наукові записки Київського університету туризму, економіки і права. Серія: Філософські науки. Вип. 8. Київ: 2010. 23-35.
3. Воронкова В. Г., Ажажа М. А., Андрюкайтене Регина. Развитие туризма в условиях культурной глобализации и информационного общества: кросскультурный анализ. Mokslas ir praktika: aktualijos ir perspektyvos Mokslinių straipsnių rinkinys. Kaunas, 2016. 95-100.
4. Нікітенко Е. К. Туризм як чинник креативності особистості та рушійної сили креативної економіки. Матеріали XXIV науково-технічної конференції студентів, магістрантів, аспірантів, молодих вчених та викладачів. Проблеми економічного розвитку в сучасних умовах. Том IV. II ЗНУ. Запоріжжя : II ЗНУ, 2019. 56-57.
5. Нікітенко В.О. Людина, культура і туризм як чинники впливу на розвиток креативного потенціалу особистості в умовах інноваційно-інформаційного суспільства : монографія. Запоріжжя : ЗНУ, 2020. 340.

6. Никитенко Виталина. Туризм как фактор развития креативной личности и ценностного измерения инновационно-информационного общества. Theory and practice: problems and prospects. Scientific articles (Electronic publication). Kaunas. Lithuanian Sports University. 2020. 333-341.

7. Нікітенко В. О. The impact of digitalization on value orientations changes in the modern digital society. Випуск 2 (79). Humanities studies. Zaporizhzhia : ZNU, 2019. 80-94.

8. Череп А.В., Воронкова В.Г. Концепція креативних технологій у туристичному бізнесі. Виклики європейської регіональної політики в умовах пандемії COVID-19: збірник матеріалів міжнародного круглого столу. м.Тернопіль : ЗУНУ, 2020. 54-58

9. Олексенко Р. И., Гостева Н. П. Экономический механизм государственного регулирования туристической отрасли Украины. Современный научный вестник. 2013. Т. 13. №. 152. С. 5-15.

10. Андриякайтене, Р. М., Олексенко, Р. І., Чумак, Т. В. Управління навчальним закладом як концептуальна засада творення нової української школи. Особистісно-професійний розвиток вчителя умовах реалізації концепції нової української школи: Всеукраїнська науково- практична конференція з міжнародною участю, Мелітополь, 14-16 червня 2018, Мелітополь: 2018. 116–18.

11. Олексенко Р. И. Рыночные отношения в современном философско-экономическом дискурсе. Новый университет. Йошкар-Ола. 2013. С. 22.

REFERENCES

1. Voronkova V. H., 2019. Tsyfrova ekonomika & tsyfrovyi menedzhment informatsiinoho suspilstva. Zbirnyk materialiv XIII Mizhnarodnoi naukovo-praktychnoi konferentsii «Upravlinnia sotsialno-ekonomichnym rozvytkom rehioniv ta derzhavy» / [za red. A.V. Cherep]. Zaporizhzhia : Vydavnytstvo ZNU. 20–21.

2. Voronkova V. H., 2010. Rozvytok turyzmu yak sotsialnoho i kulturnoho yavyscha v umovakh hlobalizatsii ta kros-kulturnoi komunikatsii. Naukovi zapysky Kyivskoho universytetu turyzmu, ekonomiky i prava. Serii: Filosofski nauky. Vyp. 8. Kyiv: 23-35.

3. Voronkova V. H., Azhazha M. A., Andriukaitene Rehyňa, 2016. Razvytye turyzma v uslovyakh kulturnoi hlobalyzatsyy y ynformatsyonnoho obshchestva: krosskulturnyy analiz. Mokslas ir praktika: aktualijos ir perspektyvos Mokslinių straipsnių rinkinys. Kaunas. 95-100.

4. Nikitenko E. K. , 2019. Turyzm yak chynnyk kreatyvnosti osobystosti ta rushiinoi syly kreatyvnoi ekonomiky. Materialy XXIV naukovo-tekhnichnoi konferentsii studentiv, mahistrantiv, aspirantiv, molodykh vchenykh ta vykladachiv. Problemy ekonomichnoho rozvytku v suchasnykh umovakh. Tom IV. II ZNU. Zaporizhzhia : II ZNU. 56-57.

5. Nikitenko V.O., 2020. Liudyna, kultura i turyzm yak chynnyky vplyvu na rozvytok kreatyvnoho potentsialu osobystosti v umovakh innovatsiino-informatsiinoho suspilstva : monohrafiia. Zaporizhzhia : ZNU. 340.

6. Nykytenko Vytalyňa, 2020. Turyzm kak faktor razvytyia kreatyvnoi lychnosty y tsennostnoho yzmereniya ynnovatsyonno-ynformatsyonnoho obshchestva. Theory and practice: problems and prospects. Scientific articles (Electronic publication). Kaunas. Lithuanian Sports University. 333-341.

7. Nikitenko V. O., 2019. The impact of digitalization on value orientations changes in the modern digital society. Vypusk 2 (79). Humanities studies. Zaporizhzhia : ZNU. 80-94.

8. Cherep A.V., Voronkova V.H., 2020. Kontseptsiiia kreatyvnykh tekhnolohii u turystychnomu biznesi. Vyklyky yevropeiskoi rehionalnoi polityky v umovakh pandemii COVID-19: zbirnyk materialiv mizhnarodnoho kruhloho stolu. m.Ternopil : ZUNU. 54-58

8. Oleksenko R. Y., Hosteva N. P., 2013. Экономический механализм хозяйственного регулирования туристической отрасли Украины. Современный научный вестник. Т. 13. №. 152. 5-15.

9. Andriukaitene, R. M., Oleksenko, R. I., Chumak, T. V., 2018. Управління навчальним закладом як концептуальна засада творення нової української школи. Особистісно-професійний розвиток вчителів умов реалізації концепції нової української школи: Всеукраїнська науково-практична конференція з міжнародною участю, Мелітополь, 14-16 червня 2018. 16–18.

10. Oleksenko R. Y., 2013. Рыночные отношения в современном философско-экономическом дискурсе. Новый университет. Йошкар-Ола. 22.

Voronkova, Valentyna – Doctor of Philosophy (D.Sc.), Professor, Academician of the Academy of Higher Education of Ukraine, Head of the Department of Management of Organizations and Project Management, Engineering educational and scientific Institute of Zaporizhzhia National University, Editor-in-Chief (Zaporizhzhia, Ukraine)

E-mail: valentinavoronkova236@gmail.com

ORCID iD: <http://orcid.org/0000-0002-0719-1546>

CHEREP, ALLA – Doctor of Sciences in Economics, Professor, Dean of the Faculty of Economics, Honored Worker of Science and Technology of Ukraine, Academician of Sciences of Higher Education of Ukraine, Zaporizhzhia National University (Zaporizhzhia, Ukraine)

CREATIVE DIGITAL TECHNOLOGIES AS MEGATRENDS OF TOURIST BUSINESS DEVELOPMENT IN THE CONTEXT OF DISSEMINATION OF EUROPEAN EXPERIENCE IN UKRAINE)

Summary

The relevance of the study is that along with the scientific and technological revolution there are anthropological and digital revolutions, the essence of which is a profound change in human thinking, forms of social life due to fundamental changes in value-target structures of society as a whole, which led to the transfer of basic social processes from the sphere of the material world to the digital sphere. The purpose of the research is theoretical and practical principles of forming the concept of creative digital technologies as megatrends of tourism business development in the context of dissemination of European experience in Ukraine. Objectives of the study: to analyze the concepts of "digital environment", "digital well-being", "digital comfort" and the value dimensions of digitalization; explore the concept of a "smart city" in the context of using the experience of Europe; to find out the development of agricultural tourism, rural and scientific tourism as new megatrends of tourism business; to identify the essence and directions of development of creative smart-tourism and e-tourism as forms of tourism of the new generation. As a result of the analysis, the concept of digital creative technologies as megatrends of tourism business development in the context of dissemination of European experience in Ukraine was developed; the concept of Digital-analytical information thinking and culture as a component of digital creative technologies in the tourism business is clarified; the directions of introduction of the concept of innovative development of tourist business in the conditions of COVID-19 are developed. Methodology of analysis. Methods - anthropological, axiological, phenomenological, ontological, systemic, structural-functional, phenomenological. Approaches - humanistic, cross-cultural, civilizational. Principles - integrity (proportionality), innovation, nonlinearity (deviation from equilibrium), openness, homeostatic (self-stabilization), self-determination (self-adjustment),

Креативні цифрові технології як мегатренди розвитку туристичного бізнесу: поширення європейського досвіду в Україні

self-regulation, self-management. Paradigms - synergetic, Agile-management (flexible), Enlightenment 2.0, human-centered model of balanced development, spiral dynamics, nonlinearity, synthesis of economics, culture and technology. Concepts and theories - smart-culture, smart-technology, smart-education, smart-man, smart-tourism, smart-management as a highly intelligent, high-tech, highly innovative development of society. As a result, the concept of innovative development of the tourism business through data-science, Digital-technologies, improvement of data-analytical thinking and culture of tourism companies was created.

Keywords: creative digital technologies, megatrends of development, tourism business, European experience, value dimensions of digitalization, the concept of "smart city", agricultural tourism, rural tourism, scientific tourism, creative smart-tourism, e-tourism

Воронкова, В.Г. — доктор философских наук, профессор, Академик академии наук высшего образования Украины, заведующая кафедрой менеджмента организаций и управления проектами, Инженерный учебно-научный институт Запорожского национального университета (Запорожье, Украина)

E-mail: valentinavoronkova236@gmail.com

ORCID iD: <http://orcid.org/0000-0002-0719-1546>

Череп, А. В. — доктор экономических наук, профессор, Заслуженный деятель науки и техники Украины, Академик Академии наук высшего образования Украины, декан факультета экономики, Запорожский национальный университет (Запорожье, Украина)

E-mail: cherep.av.znu@gmail.com

ORCID: <http://orcid.org/0000-0001-5253-7481>

ФОРМИРОВАНИЕ КОНЦЕПЦИИ КРЕАТИВНЫХ ЦИФРОВЫХ ТЕХНОЛОГИЙ КАК МЕГАТЕНДОВ РАЗВИТИЯ ТУРИСТИЧЕСКОГО БИЗНЕСА В КОНТЕКСТЕ РАСШИРЕНИЯ ЕВРОПЕЙСКОГО ОПЫТА В УКРАИНЕ

Аннотация

Актуальность исследования в том, что вместе с научно-технической революцией произошла антропологическая и цифровая революция, суть которой в глубинной изменении мышления человека, форм его социальной жизни, обусловленных фундаментальными изменениями в ценностно-целевых структурах общества в целом, которые привели к перенесению основных социальных процессов из сферы материального мира в цифровую сферу. Цель исследования - теоретическая и практическая разработка концепции креативных цифровых технологий, представляющая собой мегатренд развития туристического бизнеса в контексте расширения европейского опыта в Украине. Задачи исследования: проанализировать понятие «цифровой середины», «цифрового благосостояния», «цифрового комфорта» и ценностных измерений цифровизации; исследовать концепцию «розумного города» в контексте возможности распространения опыта Европы; раскрыть развитие агротуризма, сельского и научного туризма как новых мегатрендов туристического бизнеса; выявить сущность и направления развития креативного smart-туризма и e-tourism как форм туризма нового поколения. В результате проведенного анализа разработана концепция цифровых креативных технологий как мегатрендов развития туристического бизнеса в контексте распространения европейского опыта в Украине;

выяснено концепцию Digital-аналитического информационного мышления и культуры как составляющей цифровых креативных технологий в туристическом бизнесе; разработаны направления внедрения концепции инновационного развития туристического бизнеса в условиях COVID-19. Методология анализа. Методы - антропологический, аксиологический, феноменологический, онтологический, системный, структурно-функциональный, феноменологический. Подходы - гуманистический, кросс-культурный, цивилизационный. Принципы - целостности (соразмерности), инновационности, нелинейности (отклонение от равновесия), открытости, гомеостатичности (самостабилизации), самодетерминации (самонастройки), саморегуляции, самоуправления. Парадигмы - синергетическая, Agile-менеджмента (гибкого), Просвещения 2.0, человекоцентрическая модель сбалансированного развития, спиралевидной динамики, нелинейности, синтеза экономики, культуры и техники. Концепции и теории - smart-культуры, smart-технологий, smart-образования, smart-человека, smart-туризма, smart-управления как высокоинтеллектуального, высокотехнологичного, высокоинновационного развития общества. В результате создана концепция инновационного развития туристического бизнеса за счет технологий data-science, Digital-технологий, совершенствования data-аналитического мышления и культуры туристических компаний.

Ключевые слова: креативные цифровые технологии, мегатренды развития, туристический бизнес, европейский опыт, ценностные измерения цифровизации, концепция «умного города», агротуризм, сельский туризм, научный туризм, креативный smart-туризм, э-tourism

Публікацію підготовлено в рамках проєкту «Диверсифікація сільського туризму через збалансованість та креативність: поширення європейського досвіду в Україні»/«Diversification of rural tourism through sustainability and creativity: disseminating European experience in Ukraine» (DIRUT) 620720-EPP-1-2020-1-UA-EPPJMO-MODULE за підтримки Програми Erasmus+: Jean Monnet Європейського Союзу, що реалізується у Запорізькому національному університеті (2020-2023).

Received date 05. 12.2020

Accepted date 15.12.2020

Published date 21.12.2020