

ДИДЖИТАЛІЗАЦІЯ УПРАВЛІННЯ БІЗНЕС-ПРОЦЕСАМИ В ТУРИСТИЧНІЙ ГАЛУЗІ УКРАЇНИ ЯК ВІДПОВІДЬ НА СУЧАСНІ ВИКЛИКИ СВІТОВОЇ ЕКОНОМІКИ

Анна Гришук¹, Маріанна Гункевич²

¹Львівський національний університет імені Івана Франка
79008 м. Львів, проспект Свободи, 18
e-mail: anna_gr_7@ukr.net

²Львівська філія Європейського Університету
79019 м. Львів, вулиця Кушевича, 5
e-mail: marjancia@gmail.com

Анотація. Досліджується суть поняття диджиталізації та її основні переваги в управлінні бізнес-процесами. Проаналізовано законодавче забезпечення впровадження цифрових технологій у сфері державного управління та бізнесу в Україні. Розглянуті особливості впровадження та використання процесу диджиталізації в управлінні бізнес-процесами в галузі туризму. Використовуючи метод узагальнення (на основі статистичних даних, прогнозних оцінок сценаріїв розвитку туризму в Європі), обґрунтовується потреба застосування цифрових технологій як необхідного інструменту відновлення розвитку туризму в сучасних умовах в Україні. Аргументовано, що диджиталізація є одним із ключових факторів успіху та забезпечення конкурентоспроможності суб'єктів господарювання галузі подорожей та відпочинку, особливо у поточній кризовій ситуації, спричиненій пандемією коронавірусу Covid-19. На основі порівняння, здійснено детальний аналіз диджитал-інструментів, які вже використовуються туристичними компаніями в світі та в Україні, а також представлені пропозиції щодо розширення їхнього асортименту з метою удосконалення управління бізнес-процесами в індустрії туризму.

Ключові слова: диджиталізація, цифрова економіка, управління, бізнес-процеси, туризм, туристичні послуги, диджитал-інструменти, онлайн-туризм.

Постановка проблеми. Останніми роками Україна щораз більше ставала відомою на світовому ринку туризму завдяки різноманітному туристичному потенціалу та спільним зусиллям представників бізнесу, влади та громадськості щодо просування туристичного іміджу нашої держави. Однак пандемія коронавірусу Covid-19 майже повністю паралізувала цю галузь з перших своїх тижнів. Виходом із цієї кризової ситуації для вітчизняних туристичних фірм послужили сучасні цифрові технології, що дозволили людям (споживачам) подорожувати віртуально, бронювати онлайн житло, транспорт, квитки, а туристичним компаніям переосмислити значення цих технологій у сфері управління власним бізнесом.

Світова економіка XXI століття ще раніше поставила перед державами та туристичним бізнесом вимоги щодо цифровізації їхньої діяльності, адже це не лише виклик часу, а й життєва необхідність. Однак, вітчизняна сфера послуг не тільки відстає у рівні цифровізації (незважаючи на безліч висококласних ІТ-фахівців всередині країни), але проблема ще й у тому, що системно до 2019 року цим процесом жодна туристична організація не займалась (хоча саме з його оцінки починаються системні процеси змін у будь-якій організації не залежно від сфери діяльності) [1, с. 50]. Проте, саме тепер це питання стало більш актуальним, оскільки зарубіжний досвід показує, що процес диджиталізації дозволяє підтримувати конкурентоспроможність туризму та розвивати його як особливе соціокультурне явище, яке удосконалюється за найсучаснішими технологіями, пропагує важливість історико-культурної, природної та інших видів спадщини тієї чи іншої держави та здатне об'єднати людей з різних країн світу у непростий час.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питання розвитку цифрової економіки, диджиталізації та використання цифрових технологій в різних сферах господарювання на сьогодні досліджують такі зарубіжні науковці як Дж. Брандер, Р. Гофман, Х. Кагерманн, У.-Д. Лукас, З. Панг Т. Парді, У. Уолстер, А. Ціммерман та ін. А серед українських вчених, які вивчають цю проблематику, варто виокремити М. Бойко, М. Босовську, Г. Бублей, А. Мазаракі, Т. Марусей, В. Маховку, І. Сіренко, С. Цвілого, які у своїх працях акцентують увагу на необхідності цифровізації різних галузей економіки, у т.ч. туризму. Однак, на нашу думку, питанням практичного застосування диджиталізації у сфері управління бізнес-процесами у цій галузі в Україні досі не приділена належна увага, що робить дослідження даної проблематики ще більш актуальним.

Постановка завдання. Метою цієї статті є дослідження особливостей і виявлення перспектив використання диджиталізації управління на ринку туристичних послуг з метою підвищення конкурентоспроможності галузі туризму в Україні.

Вклад основного матеріалу дослідження. У всьому світові частка традиційної економіки зменшується, а цифрової — збільшується. Цифрова економіка (англ. «digital economy») - це економіка, що базується на цифрових комп'ютерних технологіях. Вона тісно переплітається з традиційною економікою, і з часом зможе поглинути її, адже вже сьогодні стає важчим провести чітке розмежування між ними.

За визначенням Innolytics, диджиталізація - загальний термін для позначення цифрової трансформації суспільства та економіки. Він описує перехід від індустріальної епохи й аналогових технологій до епохи знань і творчості, що характеризується цифровими технологіями та інноваціями в цифровому бізнесі [2].

Спрощене тлумачення терміну «диджиталізація бізнесу» - це перенесення бізнес-процесів в електронний (оцифрований) вигляд і формування на цій основі віртуальної (цифрової) бізнес-моделі [3, с. 21].

У сучасних умовах диджиталізація бізнесу, незалежно від масштабів, сфери господарювання, – це рушійна сила, що сприяє його просуванню, розвитку та забезпечує вищу конкурентоспроможність. Її основні переваги:

- економія часу та підвищення продуктивності внутрішніх бізнес-процесів компанії;
- оптимізація та покращення комунікацій - як внутрішніх, так і зовнішніх;
- надання додаткової цінності товару (послугі) через якісний сервіс;
- вищі конкурентні можливості за рахунок поліпшення клієнтського обслуговування і загальної оптимізації робочого процесу;

- зниження ціни за допомогою автоматизації процесів та оцифрування бізнес-процесів;
- прозорість внутрішніх та зовнішніх бізнес-процесів підприємства тощо.

Туризм та цифрова економіка – це сфера господарювання і сфера наукових досліджень, які визнані в Україні пріоритетними напрямки державного розвитку. Перші кроки вітчизняної влади щодо впровадження цифрових технологій у різні сфери державного управління та бізнесу відбулися у 2016 р., коли уряд схвалив Концепцію розвитку електронних послуг в Україні. Метою впровадження цієї Концепції було визначення напрямів, механізму і строків формування та впровадження ефективної системи електронних послуг в Україні для задоволення інтересів як фізичних, так і юридичних осіб. Характеристиками цієї системи визначено доступність та прозорість, безпечність та некорупційність, найменша затратність, швидкість і зручність електронних послуг для визначених категорій споживачів [4].

У вересні 2019 р. продовженням урядової політики щодо розвитку електронних послуг стало створення відповідного профільного центрального виконавчого органу – Міністерства цифрової трансформації України (Мінцифри). Згідно з постановою Кабінету Міністрів України «Питання Міністерства цифрової трансформації» від 18.09. 2019 р. основними завданнями Мінцифри визначені наступні [5]:

- 1) узагальнення практики застосування існуючого законодавства та розробка проєктів нових нормативно-правових актів у межах своєї компетенції;
- 2) здійснення заходів щодо створення та забезпечення функціонування:
 - системи електронної взаємодії державних електронних інформаційних ресурсів;
 - системи електронної взаємодії органів державної влади;
 - інтегрованої системи електронної ідентифікації;
 - єдиного державного веб-порталу відкритих даних;
 - національного реєстру електронних інформаційних ресурсів;
 - єдиного державного веб-порталу електронних послуг;
- 3) розробка нормативно-технічної документації щодо цифрових трансформацій;
- 4) здійснення моніторингу у сфері інформатизації;
- 5) розробка пропозицій щодо визначення основних напрямів розвитку системи надання електронних послуг;
- 6) здійснення моніторингу якості надання електронних послуг;
- 7) сприяння залученню інвестицій у процеси цифрової трансформації в Україні та інше.

Хоча у завданнях, які поставлені перед новоствореним Міністерством цифрової трансформації України, і немає прямих згадок щодо туристичних послуг, проте, на нашу думку, покращення системи надання електронних послуг у цілому дозволить удосконалити процес диджиталізації управління різними галузями економіки, у тому числі й туристичною. Крім цього, серед завдань Мінцифри є створення та забезпечення системи електронної взаємодії різних державних органів, що дозволить Міністерству культури та інформаційної політики, до якого належить управління сферою туризму, ефективно співпрацювати з іншими органами влади. Такі зміни на рівні вищих державних органів влади є важливим аргументом того, що Україна переходить в еру цифрової економіки.

На думку експертів, основними тенденціями розвитку туризму в усьому світі, у тому числі, і в Україні в умовах цифрової економіки є [6]:

- глобалізація туристичного ринку та бізнесу;
- активний розвиток та використання світових Інтернет ресурсів;
- зближення постачальників та споживачів туристичних послуг;

- поява нових каналів дистрибуції;
- масовий перехід офлайн компаній в режим онлайн;
- побудова нової моделі споживання з персоніфікованим підходом до організації відпочинку та подорожі;
- широке використання мобільних додатків в організації та плануванні подорожей та відпочинку.

За аналітичними прогнозами Всесвітньої ради подорожей та туризму (WTTC), Всесвітньої туристичної організації (UNWTO), світова індустрія туризму у 2020 р. зазнає кризового падіння обсягів діяльності від 20 до 30 %, зокрема за січень-квітень 2020 р. скорочення обсягів продажів туристичних компаній становить 84 %, галузі авіаперевезень – 76 %, готелів та ресторанів – 68 %, сфери відпочинку та розваг – 43 %. Водночас, аналітики впевнені, що сфера туризму має реальні можливості швидко відновитися і стати стратегічним сектором, що забезпечить посткризове відновлення та стійке зростання як міжнародної, так і національних економік, створюючи мультиплікативний ефект у суміжних та дотичних галузях [7, с. 34-35].

Одним із найсвіжіших прогнозів відновлення туризму в Європі є опублікована праця Європейської організації з безпеки повітряної навігації, в якій досліджувалися перспективи відновлення саме авіаперевезень туристів, що, однак, відображає також і загальні тенденції в туристичній сфері. Відповідно до цього прогнозу були виділені три ймовірні сценарії:

1) оптимістичний – туристичний трафік відновиться до 2024 року за умови якщо вакцина від Covid-19 стане широкодоступною до літа 2021 р.;

2) найбільш вірогідний – туристичні авіапотоки рівня 2019 року відновляться до 2026 р., якщо вакцина буде доступною у 2022р.;

3) песимістичний – авіаперевезення туристів в обсягах 2019 року будуть можливі лише у 2029 р., якщо вакцина виявиться неефективною [8].

За таких прогнозів виходом із кризової ситуації може і повинна стати диджиталізація управління на ринку туристичних послуг, інструменти якої останніми роками набули і продовжують набувати широкого поширення як серед споживачів, так і серед організаторів туристичних послуг.

Зокрема, Ф. Котлер визначає, що цифрова комунікація відбувається як в онлайн-, так і офлайн-формах за допомогою технологій мережі Інтернет або із застосуванням будь-яких інших цифрових носіїв інформації з використанням таких каналів, як: мобільні пристрої; мережа Інтернет, а також пристрої, що надають доступ до неї; локальні мережі; цифрове телебачення; POS-термінали та інтерактивні екрани [9].

Серед найпопулярніших диджитал-інструментів, які вже активно використовуються в індустрії туризму, можна назвати наступні:

- тематичні мобільні додатки (наприклад, популярний додаток «Maps.me» з картами, який працює також і офлайн);

- сайти-агрегати для бронювання авіаквитків, житла чи інших послуг (наприклад, сайти «kiwi.com» чи «skyscanner», на яких можна бронювати і купувати авіаквитки різних компаній);

- використання соціальних мереж як платформ для організації туристичного бізнесу (на перших місцях – це мережі Facebook та Instagram);

- віртуальний туризм (доступний через сервіси Google, а також в якості безкоштовних послуг на сайтах відомих картинних галерей, музеїв чи виставкових центрів – Ватиканські Музеї, Галерея Уффіцці, Лувр та багато інших по всьому світі);

– проведення онлайн-екскурсій (як безкоштовних, так і платних, що стало особливо популярним у час поточної пандемії) тощо.

Не менш важливу роль у зростанні популярності диджитал-інструментів відіграє можливість обирати той туристичний продукт чи послугу, про які є достатня кількість відгуків та рекомендацій у відкритому віртуальному просторі. Сучасні споживачі щораз більше уваги звертають на зворотний зв'язок, стають учасниками спеціалізованих туристичних груп у соцмережах (наприклад, Lviv travel club у соцмережі Facebook), беруть участь в обговореннях якості послуг різних туристичних компаній на їхніх веб-сайтах, що робить використання цифрових технологій в туризмі всюди присутнім.

Така ситуація із щораз більшою цифровізацією туризму є причиною постійного зростання кількості самостійних мандрівників, які не бажають витратити кошти на оплату посередників (туристичних фірм) та за допомогою доступних інтернет-сервісів планують й організують власні подорожі самотужки. Хоча, безперечно, робота туристичних фірм не може бути цілком витіснена з ринку, однак, на нашу думку, їм необхідно більше уваги приділяти можливостям диджиталізації управлінських та організаційних процесів з метою збереження та підсилення власної конкурентоспроможності. Переважна більшість клієнтів туристичних компаній зазначає, що головною причиною їхнього звернення до посередника з організації відпочинку була економія власного часу.

Проте, на нашу думку, вітчизняні туристичні фірми мають подбати про такі інновації у сфері цифрових технологій як:

- наявність сучасного, зручного у користуванні та функціонально наповненого веб-сайту;
- створення бізнес-сторінок компанії у популярних соцмережах (Facebook, Instagram) та використання доступних там інструментів для реклами і просування власного туристичного продукту;
- створення чат-ботів для відповідей на найбільш поширені запитання потенційних споживачів;
- налагодження максимально персоніфікована комунікація з клієнтами шляхом використання мобільних додатків (Telegram, Viber, Whatsapp та ін.);
- надання можливості бронювати та купувати туристичні послуги фірми (частково чи комплексно) самостійно через веб-сайт або бізнес-сторінку тощо.

На сьогодні найбільшу частку серед диджитал-інструментів в туризмі складаються різного роду мобільні додатки. Перші з них з'явилися ще на початку 2000-х років і були орієнтовані на онлайн-бронювання квитків та місця проживання. Також за висновками PwC UN report World Population Ageing у 2017 р. 25 % усіх продажів у сфері туризму припадало на мобільні додатки [7, с. 43]. На рис. 1 представлені найбільш популярні серед туристів мобільні додатки.

Крім зазначених мобільних додатків, туристи часто користуються й іншими залежно від власних вподобань чи мети подорожі – спеціальні сервіси для автомобілістів, планування та контролю за витратами в подорожі, помічниками зі збору речей чи аптечки тощо. Такий широкий спектр чітко відображає тенденцію щораз більшої диджиталізації індустрії туризму, стояти осторонь якої означає приректи власний туристичний бізнес на знецінення та ліквідацію.

Сфера використання	Назва додатку	Коротка характеристика
Транспорт	Aviasale	Пошук авіаквитків, акцій та знижок
	Skyscanner	Одна з найбільших систем для пошуку авіаквитків
	Flight Track	Пошук інформації про рейси та аеропорти
	Busradar	Пошук автобусних маршрутів по Європі
	BlaBlaCar	Сервіс для пошуку попутників
	Kiwi.com	Пошук авіаквитків, також з можливістю трансферу
	My Train Companion	Залізничне сполучення та інформація про вокзали
Проживання	Booking	Найвідоміший додаток для пошуку житла
	Airbnb	Пошук апартаментів та кімнат
	Hostelbiikers	Пошук костелів та недорогих готелів
	Trivago	Сервіс пошуку житла «в останній день»
	Couchsurfing	Пошук безкоштовного житла у місцевих
Квитки та проживання	Momondo	Пошук авіаквитків та готелів
	AWAD	Аналіз пропозицій авіакомпаній та готелів
	Expedia	Аналог попередніх додатків
	Kayak	Крім квитків та житла ще є прокат автомобілів
Харчування	Viz Eat	Можна досіднати до обіду чи вечері місцевих
	Gate Guru	Пошук кафе та ресторанів поруч з аеропортом
	Local Eats	Пошук локальних закладів харчування
	Foursquare	Зібрані адреси фото та відгуки про заклади
	Foodspotting	Пошук закладів з національною кухнею
Карти	Around Me	Карти, банкомати, заправки, ресторани, житло
	Google Maps	Найпопулярніший сервіс для навігації і подорожей
	MAPS.ME	Можна попередньо завантажити карти
Путівники	Sygyic travel	Допомагає спланувати маршрут подорожі
	Redigo	Путівник з готовими маршрутами по містах
	TripAdvisor City Guides	Аналог попереднього
	Triposo	Є можливість бронювати екскурсії та житло

Рис. 1. Найбільш популярні мобільні додатки сучасних мандрівників

Джерело: розроблено авторами на основі [10]

У цілому використання таких диджитал-інструментів робить туристичну галузь більш конкурентоспроможною, соціально відповідальною за своїм призначенням, бо дозволяє споживачеві бути співавтором туристичної послуги, а для її суб'єктів господарювання створює кращі можливості для управління власним бізнесом, зокрема:

- досягнення лідерства на даному ринку та формування унікальних конкурентних переваг через застосування цифрових технологій;
- створення інтегрованих формувань (стратегічні партнерства, мережеві утворення, франчайзингові системи, кластерні структури) з метою об'єднання (капіталізації) ресурсів, розширення можливостей та зменшення ризиків діяльності;
- удосконалення операційної діяльності за рахунок автоматизації рутинної праці, операцій та процесів, пристроїв віртуальної та доповненої реальності в сервісі;
- удосконалення основних бізнес-процесів шляхом: використання новітніх систем управління бронюванням та резервуванням; управління номерним фондом; маркетингу та персоналізації продаж; просування послуг; оптимізації ресурсного забезпечення та використання альтернативних джерел ресурсів; впровадження екологічних новацій тощо;

- формування нового типу внутрішньої корпоративної культури з акцентом на етичні принципи, гуманізацію, екологізацію, підвищення соціальної відповідальності бізнесу;

- створення кращих умов і нових можливостей для професійного розвитку та кар'єрного росту персоналу туристичних підприємств.

Висновки та перспективи подальших досліджень. Враховуючи складні соціально-економічні виклики сьогодення (пандемія коронавірусу, спад світової, у т.ч. національної, економіки, зростання соціальної напруги в суспільстві), необхідно шукати такі дієві засоби, що вже не раз доводили свою ефективність і результативність у подоланні цих та схожих проблем.

Власне туризм в Україні, враховуючи його масштабність, історичний досвід, великий соціально-економічний потенціал, мультиплікативний ефект, багатофункціональність у задоволенні комплексу споживчих потреб, пріоритетність розвитку з точки зору державної політики, може забезпечити швидке відновлення темпів зростання базових показників у цій та суміжних сферах господарювання (транспорт, страхування, індустрія харчування та проживання, розваги, медицина тощо) навіть в умовах несприятливої кон'юнктури світового ринку. А диджиталізація управлінських та інших бізнес-операцій у цій галузі лише прискорить цей процес. Тому розробка та використання нових диджитал-інструментів у діяльності суб'єктів туристичного бізнесу не може залишитися поза увагою науковців і практиків, що розуміють важливість та необхідність інноваційних перетворень на базі цифрових технологій.

Список використаних джерел

1. Цвілій С.М., Бублей Г.А. Діджиталізація бізнес-процесів компаній з надання міжнародних туристичних послуг // *Діджиталізація сучасної системи міжнародних економічних відносин*: збірник тез міжнар. наук.-практ. конф. (Київ, 21 листопада 2019 р.). К.: КНУ ім. Т. Шевченка, Інститут міжнародних відносин, Центр досконалості Жана Моне, 2019. № 20. Т.1. С. 48-51.
2. What is digitalization? URL: <https://innolytics-innovation.com/what-is-digitalization/>
3. Лігоненко Л.О., Хріпко А.В., Доманський А.О. Зміст та механізм формування стратегії діджиталізації в бізнес-організаціях. *Міжнародний науковий журнал «Інтернаука»*. 2018. № 22(62). Т. 2. С. 20-24.
4. Про схвалення Концепції розвитку системи електронних послуг в Україні: Розпорядження Кабінету Міністрів України від 16.11.2016 р. № 918-р URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/918-2016-%D1%80#Text>
5. Питання Міністерства цифрової трансформації: Постанова Кабінету Міністрів України від 18.09.2019 р. № 856 URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/856-2019-%D0%BF#Text>
6. Марусей Т.В. Діджиталізація туристичного сектору як інструмент розвитку в сучасних умовах. *Ефективна економіка*. 2020. № 8. URL: http://www.economy.nauka.com.ua/pdf/8_2020/75.pdf
7. Мазаракі А., Бойко М., Босовська М. Трансформація туризму в суспільстві 5.0. *Економіка туризму: вісник КНТЕУ*. 2020. № 4. С. 33-54.
8. Прядко Д. Через 4 роки як мінімум: стало відомо, коли туристи зможуть літати в Європу як раніше. URL: <https://www.unian.ua/tourism/news/turizm-v-umovah-covid-19-stalo-vidomo-koli-vidnovlyatsya-aviaperevezennya-v-yevropu-novini-11207675.html>
9. Котлер Ф. Маркетинг от А до Я: 80 концепцій, которые должен знать каждый менеджер / Пер. с англ. М.: Альпина Паблишерз, 2010. 211 с. URL: http://www.knigograd.com.ua/index.php?dispatch=products.pdf&product_id=351446

10. Патрухіна Н. 65+ кращих мобільних додатків для мандрівників. URL: <https://travelyourway.com.ua/ua/blog/65-mobilnyh-prilozhenij-dlja-puteshestvennikov/>

References

1. Cvilyj S.M., Bublej Gh.A. (2019) Didzhytalizacija biznes-procesiv kompanij z nadannja mizhnarodnykh turystychnykh poslugh. [Digitalization of business processes of companies providing international travel services]. *Digitalization of the modern system of international economic relations: a collection of abstracts of the international scientific-practical conference*, 20, 48-51 [in Ukrainian].
2. What is digitalization? Available at: <https://innolytics-innovation.com/what-is-digitalization/> [in English].
3. Lighonenko L.O., Khripko A.V., Domanskyj A.O. (2018) Zmist ta mekhanizm formuvannja strategiji didzhytalizaciji v biznes-orghanizacijakh. [The content and mechanism of forming a strategy of digitalization in business organizations]. *International scientific journal «Internauka»*, 22(62), 20-24 [in Ukrainian].
4. Pro skhvalennja Koncepcciji rozvytku systemy elektronnykh poslugh v Ukrajinі: Rozporjadzhennja Kabinetu Ministriv Ukrajinі vid 16.11.2016. [About approval of the Concept of development of system of electronic services in Ukraine: Order of the Cabinet of Ministers of Ukraine] Available at: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/918-2016-%D1%80#Text> [in Ukrainian].
5. Pytannja Ministerstva cyfrovoji transformaciji: Postanova Kabinetu Ministriv Ukrajinі vid 18.09.2019. [Issues of the Ministry of Digital Transformation: Resolution of the Cabinet of Ministers of Ukraine] Available at: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/856-2019-%D0%BF#Text> [in Ukrainian].
6. Marusej T.V. (2020) Didzhytalizacija turystychnogho sektoru jak instrument rozvytku v suchasnykh umovakh. [Digitalization of the tourist sector as a tool of development in modern conditions]. *Efficient economy*, 8. Available at: http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/8_2020/75.pdf [in Ukrainian].
7. Mazaraki A., Bojko M., Bosovsjka M. (2020) Transformacija turyzmu v suspiljstvi 5.0. [Tourism transformation in Society 5.0]. *Economics of tourism: newsletter KNUTE*, 4, 33-54 [in Ukrainian].
8. Prjadko D. (2020) Cherez 4 roky jak minimum: stalo vidomo, koly turysty zmozhut litaty v Jevropu jak ranishe. [In at least 4 years: it became known when tourists will be able to fly to Europe as before] Available at: <https://www.unian.ua/tourism/news/turizm-v-umovah-covid-19-stalo-vidomo-koli-vidnovlyatsya-aviaperevezennya-v-yevropu-novini-11207675.html> [in Ukrainian].
9. Kotler F. (2010) Marketing ot A do Ya: 80 kontseptsiy, kotoryie dolzhen znat kazhdyiy menedzher. [Marketing Insights from A to Z: 80 Concepts Every Manager Needs to Know]. Moscow: Alpina Pablisherz. 211 p. Available at: http://www.knigograd.com.ua/index.php?dispatch=products.pdf&product_id=351446 [in Russian].
10. Patrukhina N. (2020) 65+ krashhykh mobiljnykh dodatkov dlja mandrivnykiv.. Available at: <https://travelyourway.com.ua/ua/blog/65-mobilnyh-prilozhenij-dlja-puteshestvennikov/> [in Ukrainian].

DIGITALIZATION OF BUSINESS PROCESS MANAGEMENT IN THE TOURIST INDUSTRY OF UKRAINE AS A RESPONSE TO MODERN CHALLENGES OF THE WORLD ECONOMY**Anna Hryshchuk¹, Marianna Hunkevych²***¹Ivan Franko National University of Lviv, 79008 Lviv, Prospekt Svobody, 18
e-mail: anna_gr_7@ukr.net**²Lviv branch of the European University, 79019 Lviv, Kushevycha street, 5,
e-mail: marjancia@gmail.com*

Annotation. In the presented article features of introduction and use of process of digitalization in the market of tourist services of Ukraine are considered. It is generalized that digitalization of business, regardless of the scale, sphere of management, is a driving force that promotes its promotion, development and provides higher competitiveness. Its main advantages are: saving time and increase of the productivity of internal business processes of the company; optimization and improvement of communications - both internal and external; providing additional value of goods (services) through quality service; higher competitive opportunities due to improved customer service and overall optimization of the workflow; price reduction through process automation and digitization of business processes; transparency of internal and external business processes of the enterprise, etc. It is also noted that the requirements for digitalization of tourism businesses are not only a challenge of time, but also a vital necessity, including pandemic, caused by the Covid-19 coronavirus. The way out of this crisis is modern digital technologies that allow people (consumers) to travel virtually, book online accommodation, transport, tickets, and travel companies to rethink the importance of these technologies in managing their own business. It is proved that organizational and legal changes that have taken place at the level of higher state authorities (creation of the Ministry of Culture, approval of the Concept for the development of electronic services in Ukraine, etc.) are an important argument for our country's transition to the digital economy. Based on the forecasts of the European Organization for the Safety of Air Navigation, it is determined that the active use of digital technologies in the market of tourist services will lead to the resumption of tourism in Europe and, in particular, in Ukraine. The article analyzes the most popular digital tools that are already actively used in the tourism industry: thematic mobile applications; sites-units for booking air tickets, accommodation or other services; use of social networks as platforms for organizing the tourism business; virtual tourism; conducting online tours, etc. Domestic travel companies are invited to introduce other innovations in the field of digital technologies (availability of a modern and functional website; creation of business pages of the company in popular social networks and use of available tools for advertising and promotion of their own tourism product; creation of chatbots to respond to the most frequent questions of potential consumers, establishing the most personalized communication with customers through the use of mobile applications, etc.), which will create better opportunities to manage their own business and make it more competitive.

Keywords: digitalization, digital economy, management, business processes, tourism, travel services, digital tools, online tourism.

*Стаття надійшла до редколегії 15.10.2020
Прийнята до друку 29.12.2020*