

МІЖНАРОДНІ ІНСТИТУЦІЇ ТА СТРАТЕГІЇ ЦИФРОВОЇ ТРАНСФОРМАЦІЇ ТУРИСТИЧНИХ ПОСЛУГ У ГЛОБАЛЬНОМУ СЕРЕДОВИЩІ

Аврята Андрій

аспірант

Кафедра менеджменту, бізнесу і адміністрування

<https://orcid.org/0000-0002-5100-2298>

Державний біотехнологічний університет, Україна

Сучасний стан світового господарства характеризується посиленням ролі міжнародних інституцій у регулюванні галузевих ринків, серед яких туристична сфера посідає одне з провідних місць за темпами зростання та рівнем інтеграції цифрових інновацій. Наприкінці двадцятого століття чітко окреслилася тенденція до зосередження функцій моніторингу та управління глобальними проблемами в межах спеціалізованих організацій, що дозволило гармонізувати стандарти обслуговування та правові норми на міжнародному рівні. Нині у світі функціонує понад сімдесят великих міжнародних організацій, які прямо чи опосередковано впливають на розвиток туризму, виступаючи платформами для взаємодії державних структур та приватного сектору. Центральне місце в цій системі належить Організації Об'єднаних Націй, оскільки зростання міжнародного туризму стало невід'ємною частиною зовнішньополітичної та економічної діяльності більшості держав світу.

Головним інституційним регулятором галузі є Всесвітня туристична організація, яка пройшла тривалий шлях еволюції від технічних об'єднань початку двадцятого століття до статусу спеціалізованої установи ООН під абревіатурою ЮНВТО. Ця організація не лише координує зусилля урядів, а й формує глобальну етику туризму, просуваючи ідеї сталого розвитку та загальної доступності подорожей. Важливим аспектом діяльності ЮНВТО є розробка методології збору статистичних даних, що дозволяє порівнювати економічний внесок туризму в різних країнах та прогнозувати ринкові тренди на десятиліття вперед. Статутна мета організації полягає у стимулюванні туризму як засобу економічного процвітання, міжнародного взаєморозуміння та дотримання прав людини без дискримінації за будь-якими ознаками.

Паралельно з інституційним зміцненням на початку двадцять першого століття світовий туристичний ринок увійшов у фазу бурхливого зростання, зумовленого технологіями п'ятого та шостого технологічних укладів. Це призвело до виникнення ефекту взаємного посилення факторів, коли зростання туристичних потоків приваблює значні капіталовкладення з боку глобальних інвестиційних фондів, що, своєю чергою, фінансує розробку нових ІТ-рішень. Інструментарій Індустрії чотири нуль став фундаментом для трансформації

туристичних послуг, де ключову роль відіграють великі дані, штучний інтелект, мережі п'ятого покоління, хмарні обчислення та біометрична ідентифікація. Ці технології дозволяють персоналізувати пропозицію, підвищити безпеку подорожей та мінімізувати операційні витрати бізнесу.

Особливу увагу в контексті цифрової трансформації слід приділити використанню великих даних та алгоритмів штучного інтелекту для управління туристичними DESTINATIONAMI. Аналіз цифрових слідів мандрівників дозволяє муніципалітетам та бізнесу прогнозувати пікові навантаження, оптимізувати транспортні потоки та розробляти індивідуальні маркетингові кампанії. Технології віртуальної та доповненої реальності змінили спосіб презентації турпродукту, дозволяючи споживачу отримати імерсивний досвід ще на етапі планування поїздки. Це суттєво знижує ризик невідповідності очікувань реальності та стимулює попит на нові, раніше невідомі напрямки. Роботизація сервісних процесів у готельному та ресторанному господарстві також стає масовим явищем, дозволяючи вирішувати проблему дефіциту лінійного персоналу та забезпечувати високий стандарт гігієни, що стало критично важливим після пандемії.

Однак стрімкий технологічний прогрес оголив проблему цифрового розриву, яка полягає у нерівномірному доступі до сучасних інструментів зв'язку та обробки інформації. Різниця в рівні готовності до інформаційно-комунікаційних технологій між розвиненими країнами та країнами, що розвиваються, створює загрозу монополізації ринку великими технологічними платформами. Найвищі показники готовності сьогодні демонструють країни Азійсько-Тихоокеанського регіону, зокрема Сінгапур, Японія та Південна Корея, де державні стратегії цифрової економіки були впроваджені ще два десятиліття тому. Європейські країни та США також утримують лідерські позиції, проте вони стикаються з викликами регулювання конфіденційності даних та антимонопольного законодавства щодо глобальних систем бронювання.

Всесвітня рада подорожей та туризму у своїх звітах виділяє низку мегатрендів, які визначатимуть ландшафт галузі в найближчі роки. До них належать революція даних, яка перетворює інформацію на основний капітал, та докорінна реструктуризація життєвих звичок населення під впливом цифрових платформ. Сучасний споживач вимагає безшовного досвіду, де всі етапи подорожі — від пошуку квитків до оплати екскурсій на місці — здійснюються в один клік через мобільні додатки. Це вимагає від бізнесу не просто наявності вебсайту, а повної інтеграції в цифрові екосистеми, що включають соціальні мережі, платіжні системи та інтелектуальні навігаційні сервіси.

Концепція розумного туризму стала логічним продовженням цифрової еволюції. Вона базується на створенні інтелектуальної інфраструктури, яка об'єднує фізичні об'єкти з цифровими мережами. Розумна DESTINATION — це територія, яка використовує інноваційні технології для покращення якості життя резидентів та підвищення задоволеності туристів. Це передбачає використання розумних сенсорів для моніторингу екологічного стану, впровадження систем розумного паркування та освітлення, а також створення мобільних гідів, що

працюють на основі геолокації. Розумне виробництво в туризмі дозволяє створювати унікальні продукти, які раніше були економічно недоцільними через високу вартість сегментації ринку. Сьогодні ж завдяки алгоритмам стало можливим формування пропозицій для мікрогруп споживачів зі специфічними інтересами.

Криза, спричинена пандемією ковід дев'ятнадцять, стала найважчим випробуванням для галузі, але одночасно й потужним стимулом для прискорення цифровізації. Обмеження фізичних контактів призвело до масового впровадження безконтактних технологій, електронних паспортів здоров'я та систем управління чергами. Цифрові сервіси стали інструментом виживання для багатьох компаній, дозволяючи підтримувати зв'язок із клієнтами та пропонувати віртуальні подорожі як тимчасову альтернативу. Статистика показує, що кількість активних цифрових сервісів у туризмі зросла в рази за останні роки, причому основна частина з них орієнтована на надання оперативної інформації та автоматизацію бронювання. Проте малий та середній бізнес, який складає основу туристичного сектору, часто не має достатніх фінансових та кадрових ресурсів для повноцінної цифрової трансформації, що потребує активної підтримки з боку держави та міжнародних донорів.

Важливим напрямком є створення національних та регіональних туристичних платформ, які б акумулювали пропозиції від місцевих виробників та забезпечували їм вихід на глобальний ринок. Держава повинна виступати не лише як регулятор, а й як ініціатор партнерства, створюючи сприятливі умови для інвестицій у цифрову інфраструктуру. Інтеграція технологій Індустрії чотири нуль дозволяє вирішувати не тільки економічні, а й соціальні завдання, такі як інклюзивність туризму для людей з обмеженими можливостями та збереження культурної спадщини через створення цифрових двійників пам'яток. Таким чином, цифрова трансформація стає ключовим фактором конкурентоспроможності дестинацій у довгостроковій перспективі.

Підсумовуючи, можна стверджувати, що міжнародні інституції відіграють визначальну роль у формуванні стратегічного вектора розвитку туризму, де пріоритетом є гармонійне поєднання технологічного прогресу та принципів сталого розвитку. Глобальна цифровізація не просто змінює інструменти продажу, вона трансформує саму природу туристичної послуги, роблячи її більш прозорою, безпечною та адаптованою до індивідуальних потреб людини. Країни, які зможуть успішно подолати цифровий розрив та впровадити моделі розумного управління дестинаціями, стануть новими лідерами світового туристичного ринку, забезпечуючи високу якість сервісу при раціональному використанні природних та культурних ресурсів. Майбутнє туризму лежить у площині глибокої інтеграції реального та віртуального світів, де цифрові дані стають головним драйвером економічного зростання та соціального добробуту.

Список використаних джерел

1. Офіційний сайт Всесвітньої туристичної організації. URL: <http://www.unwto.org/>.
2. Офіційний сайт Всесвітньої ради з туризму і подорожей. URL: <https://wtcc.org/Research/Insights>.

3. Focus on smart tourism y World Travel Market. Exhibitionworld.co.uk. URL: <https://www.exhibitionworld.co.uk/2019/11/05/focus-on-smart-tourism-at-world-travel-market>
4. Куан Сяоцянь Дослідження розвитку «розумного» туризму в провінції Цзянси в рамках концепції Інтернет+». Економічні та соціальні зміни в регіоні: факти, тенденції, прогноз. 2016. № 4 (46). С. 199-205. – doi: 10.15838/esc/2016.4.46.11

DOI 10.70286/ISU-13.05.2026.030

ТРАНСФОРМАЦІЯ МОДЕЛЕЙ ОРГАНІЗАЦІЙНОЇ ПОВЕДІНКИ В МІЖНАРОДНИХ БІЗНЕС- СТРУКТУРАХ ПІД ВПЛИВОМ ЦИФРОВІЗАЦІЇ

Бех Ігор Леонідович
аспірант

<https://orcid.org/0009-0001-1868-088X>

Заклад вищої освіти «Міжнародний університет фінансів»

Наразі цифровізаційні процеси виступають одним із потужних драйверів трансформації сучасного міжнародного бізнесу, оскільки суттєво змінюють логіку функціонування глобальних корпорацій, їх управлінські моделі та конкурентні стратегії. Сьогодні саме цифрові технології визначають інфраструктуру створення вартості, конфігурацію транскордонних ланцюгів постачання, характер між структурної взаємодії та механізми прийняття управлінських рішень.

На думку созасновника Всесвітнього економічного форуму, професора К. Шваба, цифрова революція формує якісно нову парадигму функціонування глобальної економіки, у межах якої факторами продуктивності, інновацій та конкурентоспроможності стають вже не матеріальні активи, а дані, цифрові інфраструктури та платформи. У своїй фундаментальній праці «Четверта промислова революція» [1] вчений наголошує, що сучасний етап технологічного розвитку характеризується безпрецедентною швидкістю, масштабністю й глибиною впливу цифрових технологій на економічні та соціальні системи.

На відміну від попередніх технологічних циклів, які трансформували окремі галузі, четверта промислова революція змінює саму логіку створення цінності, роблячи цифрові платформи ядром економічної взаємодії на глобальному рівні. Дані перетворюються на стратегічний ресурс, порівнюваний із капіталом та людськими ресурсами, оскільки вони забезпечують можливість глибокої аналітики, прогнозування поведінки споживачів, оптимізації бізнес-процесів та формування індивідуалізованих пропозицій.