

**МАЗАРАКІ Анатолій,**  
д. е. н., професор, ректор  
Київського національного  
торговельно-економічного університету  
вул. Кіото, 19, м. Київ, 02156, Україна

*E-mail:* [rector@knute.edu.ua](mailto:rector@knute.edu.ua)  
*ORCID:* 0000-0001-5283-8444

**БОЙКО Маргарита,**  
д. е. н., професор, завідувач кафедри  
готельно-ресторанного бізнесу  
Київського національного  
торговельно-економічного університету  
вул. Кіото, 19, м. Київ, 02156, Україна

*E-mail:* [m.boyko@knute.edu.ua](mailto:m.boyko@knute.edu.ua)  
*ORCID:* 0000-0003-0249-1432

**БОСОВСЬКА Мирослава,**  
д. е. н., професор, професор кафедри готельно-ресторанного бізнесу  
Київського національного торговельно-економічного університету  
вул. Кіото, 19, м. Київ, 02156, Україна

*E-mail:* [m.bosovskaya@knute.edu.ua](mailto:m.bosovskaya@knute.edu.ua)  
*ORCID:* 0000-0002-6021-5228

## ТРАНСФОРМАЦІЯ ТУРИЗМУ В СУСПІЛЬСТВІ 5.0

*Досліджено парадигму Суспільства 5.0 на глобальному та галузевому (туристична сфера) рівнях, визначено її імманентні атрибути. Розглянуто генезу становлення моделі розвитку економічної системи "від Індустрії 1.0 до Суспільства 5.0". Здійснено форсайт стратегічних положень концепції Суспільство 5.0 у сфері туризму через детермінацію глобальних трендів, викликів, ризиків та загроз у площину реалізації потенційних можливостей для розвитку туристичної галузі. Обґрунтовано, що впровадження моделі управління Суспільство 5.0 створить унікальні можливості, конкурентні переваги та дасть змогу отримати економічні, соціальні та екологічні вигоди для суб'єктів туристичної галузі.*

*Ключові слова:* Індустрія 4.0, Суспільство 5.0, економічні виклики, економічні тренди, туристична галузь, суб'єкти туристичної діяльності, інноваційний розвиток, парадигма, цифрова економіка.

*Мазараки А., Бойко М., Босовская М. Трансформация туризма в Обществе 5.0. Исследована парадигма Общества 5.0 на глобальном и отраслевом (туристическая сфера) уровнях, определены ее имманентные атрибуты. Рассмотрен генезис становления модели развития экономической системы "от Индустрии 1.0 до Общества 5.0". Осуществлен форсайт стратегических положений концепции Общества 5.0 в сфере туризма через детерминацию глобальных трендов, вызовов, рисков и угроз в плоскость реализации потенциальных возможностей для развития*

туристической отрасли. Обосновано, что внедрение модели управления Общества 5.0 создаст уникальные возможности, конкурентные преимущества и позволит получить экономические, социальные и экологические выгоды для субъектов туристической отрасли.

*Ключевые слова:* Индустрия 4.0, Общество 5.0, экономические вызовы, экономические тренды, туристическая отрасль, субъекты туристической деятельности, инновационное развитие, парадигма, цифровая экономика.

**Постановка проблеми.** Глобальні та кризові економічні виклики і трансформації, епідеміологічні кризи та зовнішня самоізоляція країн, інформатизація, диджиталізація, інноватизація економічних процесів обумовили прискорення структурно-функціональних змін як у світовій економіці, так і національних та галузевих економічних системах. За результатами опитування топменеджерів найбільших компаній світу, представленого на щорічному Всесвітньому економічному форумі у Давосі (2019 р.), визначено, що турбулентність зовнішнього середовища міжнародного бізнесу є загрозою глобального економічного зростання. Респонденти вказали, що протягом 2020 р. уповільниться зростання світової економіки [1–3]. І що показово, на негативних трендах наголошує майже шестеро більше респондентів, ніж за минулорічного опитування. Викликами XXI ст. визначено: економічні чинники, екзистенційні фактори, соціальна політика, міжнародні конфлікти, політична невизначеність, геополітичні проблеми, протекціонізм, тероризм, епідеміологічна, екологічна та кліматична кризи [1; 4], які базуються на імперативах Індустрії 4.0. Наголошено, що у фокусі підвищеної уваги є вирішення проблем щодо формування соціально орієнтованого середовища для забезпечення реалізації цілей стійкого розвитку, дієвого управління людським потенціалом та зняття бар'єрів для самореалізації кожної людини у суспільстві. Наведені чинники забезпечать соціальне та економічне зростання економічних систем на принципах Суспільства 5.0 [5; 6].

Епідеміологічна криза, зумовлена поширенням коронавірусу, що став пандемією, активно ослаблює світову економіку, стримує рівень її зростання та є непередбачуваним викликом для світової спільноти. За аналітичними висновками Світової організації торгівлі, скорочення обсягів торгівлі у 2020 р. може сягнути 13–32 % [1], за прогнозами *Ifo Institute for Economic Research at the University of Munich*, падіння обсягів світового ВВП може становити до 1.5–6 % [5], МВФ прогнозує падіння світової економіки до 3 % [6]; на *United Nations Conference on Trade and Development (UNCTAD)* спрогнозували скорочення прямих інвестицій на 5–15 % [7].

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 % [8].

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 [8].

Про значущість та перспективність туризму переконливо свідчать макроекономічні тенденції, тренди його розвитку у світі. За аналітичними висновками *WTTC* та *UNWTO*, світова індустрія туризму докризового етапу забезпечувала щорічне зростання туристичного потоку на 3.8–5 %, починаючи з 50-х років ХХ ст., а валютних надходжень від туристичної діяльності – до 6 %. На сектор туризму у світі припадає 10 % світових інвестицій, кожне 10-те місце у світовій зайнятості, до 7 % від світового ВВП, що становить 1.4 трлн дол. США на рік або 4 млрд дол. США в день валютних надходжень [9–11].

Графічно загальні економічні параметри розвитку туризму у світі, що відображають зміну абсолютних показників чисельності туристів та обсягів надходжень, зображено на *рис. 1* та *2*.



**Рис. 1. Динаміка кількості міжнародних туристських прибуттів у світі за 1950–2019 рр. та прогноз на 2020–2022 рр.**

Джерело: розроблено і розраховано авторами на основі [9–13].



**Рис. 2. Динаміка обсягу міжнародних надходжень від туризму у світі за 1950–2022 рр. та прогноз на 2020–2022 рр.**

Джерело: розроблено і розраховано авторами на основі [9–13].

Як впливає з *рис. 1, 2*, туристична активність найбільшими темпами зростала у 1950–1960 рр. (10.6 %) та 1960–1970 рр. (9.1 %). Саме цей період визначають як фазу масового зростання туризму. З початку 90-х років ХХ ст. середньорічні темпи зростання туристичних потоків стабілізувалися на рівні 3.8–5 % та перевищують довгостроковий прогноз розвитку туристичного сектора світу до 2030 р. (до 3.8 %). Водночас, у певні періоди – 2004, 2009, за прогнозами 2020 рр., спостерігається зниження показників як наслідок світових економічних криз, за якими слідували етапи прискореного зростання. Економічні спади створюють нові можливості для розвитку туризму та забезпечують структурну трансформацію світової туристичної системи.

Таким чином, вирішення стратегічних завдань забезпечення стійкого зростання економіки, подолання наслідків світової епідеміологічної кризи обумовлює актуальність наукових досліджень у сфері туризму з метою визначення нового вектора розвитку, який враховує наслідки суспільної трансформації від Індустрії 4.0 до Суспільства 5.0. Вагомість вирішуваних на положеннях концепції Суспільства 5.0 завдань щодо активізації розвитку туризму обумовили актуальність статті.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Концепцію "Індустрія 4.0" задекларовано у 2011 р. на промисловій виставці в Ганновері (Німеччина) Х. Кагерманном, В.-Д. Лукасом, В. Уолстером як ідеологію впровадження інформаційних технологій та формування інформаційних систем у процеси виробництва, управління, дистрибуції на всіх рівнях економічних систем з метою формування конкурентних переваг [14]. Принципи реалізації цієї концепції стали ключовою проблемою щорічних зустрічей, які відбуваються під егідою Всесвітнього економічного форуму в м. Давосі [1; 8]. За оцінками консалтингової компанії *Roland Berger*, економіка ЄС до 2027 р. недоотримає 605 млрд дол. США, якщо проігнорує вимоги Індустрії 4.0, а у випадку їх виконання потенційний прибуток становитиме 1.25 трлн дол. США [15].

Практична значущість Індустрії 4.0 стала передумовою дослідження її феномену світовою науковою спільнотою, зокрема Р. Гофман розглянув аспекти формування інвестиційних можливостей Німеччини в умовах впровадження Індустрії 4.0 [16]; Сюй Да, Ерік Л. Сюй та Лін Лі визначили прогнози та перспективи впровадження структурних елементів концепції в промисловості [17]; Дж. Брандер та З. Панг розкрили зміст, технології автоматизації процесів та особливості тренду "Інтернет речей" [18]; Г. Ченг, Л. Лю, Х. Цян та Ю. Лю дослідили девелопмент інноваційних інтелектуальних технологій [3]; С. Кергроах та С. Фрей, М. Осборн спрогнозували соціальні зміни, нові виклики для ринку праці, пов'язані з індустріалізацією світової економіки та здійснили форсайт трудових процесів [19; 20]. Наслідки реалізації положень концепції Індустрії 4.0 для соціальних систем розрахували А. Сетруло, А. Нуволарі [21]. М. Гхобакхлу розробив методологію

проектування дорожніх карт реалізації інформаційних процесів [22]; А. Мартинеллі, А. Міна та М. Моггі встановили роль інновацій в імplementації технологій Індустрії 4.0 [23]; Т. Парді спроектував вплив диджиталізації на окремі галузі економіки (автомобілебудування) [24].

Концепція Індустрії 4.0 зосереджена на технічних, технологічних, інформаційних аспектах, проте не приділяє уваги соціальним процесам, екологічним проблемам та формуванню і розвитку людського капіталу. У фокусі досліджень науковців – потреба формування концепції майбутнього – Суспільство 5.0, яка за активної підтримки принципів Індустрії 4.0 актуалізує необхідність створення нової стратегії економічного розвитку суспільства [25]. Ідею досягнення цілей гуманізму в умовах розвитку інформаційного простору на засадах методології досягнення погодженості, взаємодоповнення та фракальності суспільства як самоорганізованої системи розвинуто Р. Нурулінім [26]. М. Бераві аргументовано необхідність вирішення екологічних проблем як ключової детермінанти концепції Суспільство 5.0 [27].

Критичне осмислення теоретичних здобутків свідчить про науковий інтерес до проблематики формування концепції Суспільство 5.0. Фрагментарність та дискусійність наявних розробок обмежує можливості їх застосування у туризмі. Несформованість цілісної концепції та концепції Суспільство 5.0, необґрунтованість її методологічного базису та вагомість вирішуваних на її положеннях завдань обумовили актуальність статті.

**Мета** статті – діагностика трендів та викликів для туристичного сектора в умовах формування нової парадигми розвитку економіки майбутнього – Суспільства 5.0, прогнозування можливостей та стратегічних перспектив, що виникли внаслідок імplementації її положень.

**Матеріали та методи.** Теоретичною та методологічною основою статті є класичні концепції економічного розвитку, базис еволюційного та системного підходів. Використано пул загальнонаукових та спеціальних методів дослідження: абстрагування, аналізу та синтезу; систематизації, декомпонування; аналітичних, логічних та історичних узагальнень, економічного прогнозування та форсайту – для структуризації іманентних ознак та ідентифікації трендів концепції Суспільство 5.0, систематизації викликів та прогнозування можливостей імplementації її положень у туризмі.

**Результати дослідження.** Впровадження інновацій та індустріальні революції ХХ–ХХІ ст. призвели до глобальних структурних та секторальних трансформацій суспільства, наслідки яких формують стратегічний вектор розвитку як світової системи, так і окремих її складових. Еволюція економічної системи відбувається шляхом поєднання на певних етапах поступального (еволюційного) та стрімкого (революційного) впровадження певних інноваційних технологій, які охоплюють усі сфери розвитку суспільства та характеризується витісненням певних іманентних атрибутів попереднього періоду.

Як видно з *рис. 3*, глобальним трендом сучасності визначено Індустрію 4.0, атрибутивні ознаки якої сформовано Х. Кагерманном, У.-Д. Лукасом, У. Уолстером (2011) [14] та поглиблено міжнародною науковою спільнотою: великі дані та їх аналіз (*Big Data and Analytics*); автономні роботи (*Autonomous Robots*); моделювання (*Simulation*); горизонтальна та вертикальна системна інтеграція (*Horizontal and Vertical System Integration*); промисловий Інтернет Речей (*The Industrial Internet of Things*); розумні міста (*Smart City*); кібербезпека (*Cyber Security*); хмарні технології (*The Cloud*); адитивне (додаткове) виробництво, (3D друк) (*Additive Manufacturing*); віртуальна реальність (*Augmented Reality*) [1; 4; 8; 14, 16; 18 та ін.].

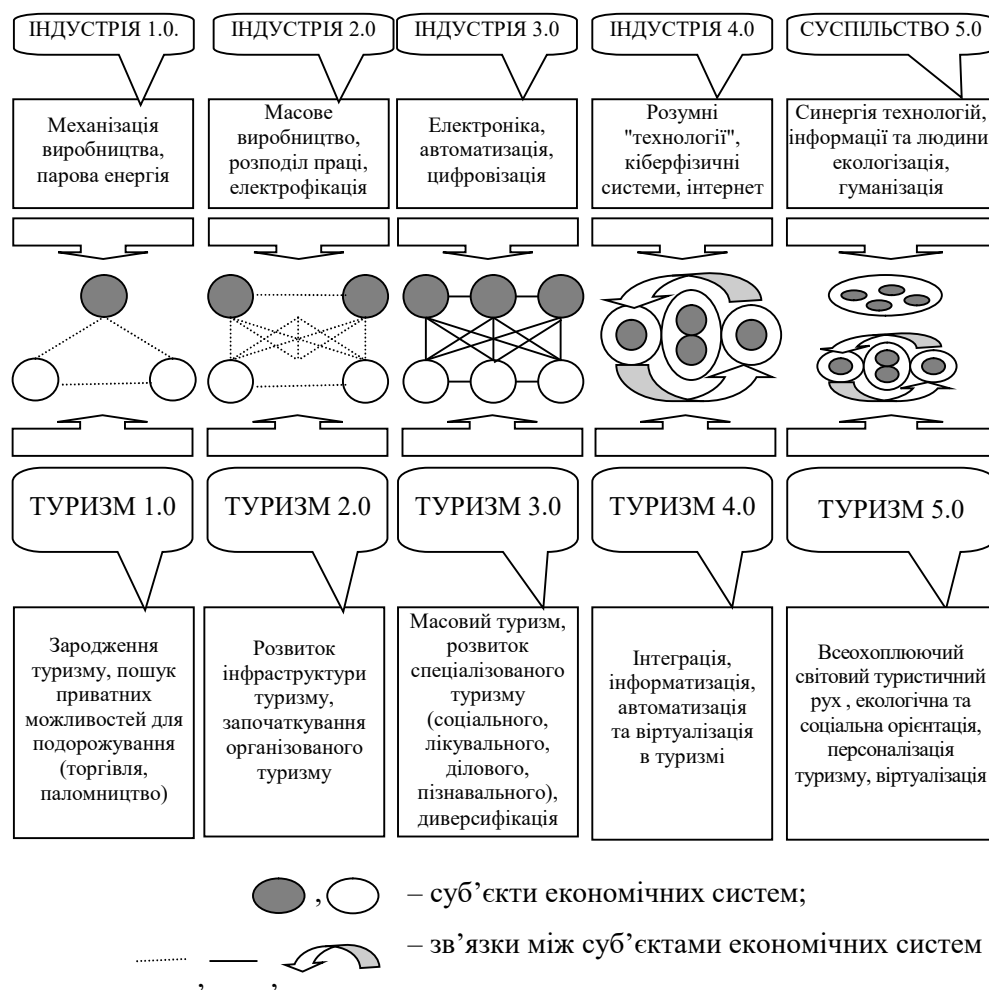


Рис. 3. Структурно-динамічні аспекти розвитку парадигми Суспільство 5.0

Джерело: розроблено авторами.

Іманентними рисами Індустрії 4.0 визначено диджиталізацію, автоматизацію та роботизацію процесів, цифровий розвиток та стрімке впровадження інформаційно-комунікативних технологій у практику діяльності економічних суб'єктів. Водночас, вона характеризується лише науково-технічним спрямуванням, при цьому залишає без уваги соціальні, екологічні, гуманітарні проблеми розвитку суспільства. Р. Нуруллін вважає це загрозою для існування людства, яка унеможлиблює вихід із кризових станів та вихід на нові рівні розвитку цивілізації [26]. Аналітичним центром *Deutsche Bank (DB Research)* також підтверджено зростання попиту на дослідження у соціальній сфері [4].

Концепція Суспільство 5.0 має врахувати як здобутки, так і виклики Індустрії 4.0, у тому числі знецінення людини, екологічну безпеку та гуманітарні проблеми. Глобальна архітектура Суспільства 5.0 має базуватися, з одного боку, на інноваційному розвитку та технологічних змінах, а з іншого – на забезпеченні принципів сталості, гуманізму, екологічності, безпечності, ціннісної орієнтації суспільства.

Глобальні тренди концепції Суспільство 5.0 визначено у контексті іманентних складових:

*структурні зміни у світовій економіці* (глобалізаційні тенденції та інтернаціоналізація, кризові явища в економіці, ускладнення умов ведення бізнесу, зміна структури галузей економіки та ринків, зближення та об'єднання країн та секторів бізнесу, зростання конкуренції, концентрація виробництва та монополізація ринків);

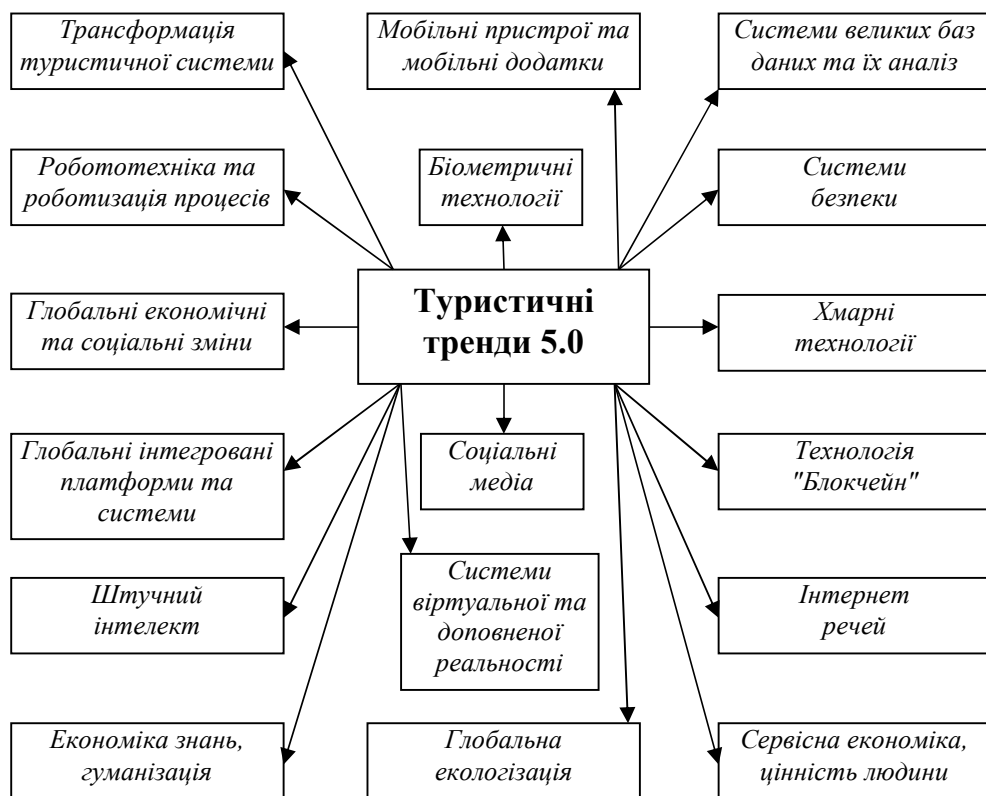
*науково-технічні та технологічні інновації* (штучний інтелект, нанотехнології, швидкісний інтернет-зв'язок, інтернет речей, засоби віртуальної та додаткової реальності, блокчейн, безпілотні прилади, роботи обумовлюють формування нових сегментів ринку, перерозподіл капіталу та інвестицій між країнами, регіонами та галузями, зміни бізнес-моделей організації бізнесу, трансформації очікувань та потреб споживачів, переформатування операційних та управлінських процесів суб'єктів бізнесу, зростання цінності інформації);

*урбанізація та зміна кон'юнктури ринків* (формування кластерних систем, розвиток та просування дестинацій, поява нових товарів та ринкових пропозицій, скорочення життєвого циклу продуктів, коливання ринкової кон'юнктури, формування нових споживчих сегментів, вихід на нові географічні ринки, поява транснаціональних компаній та глобальних проєктів підтримки певних галузей, регіонів та країн);

*демографічні зміни та соціальні трансформації* (старіння населення, глобальне насичення ринків праці (зниження попиту, зростання пропозиції), масова втрата робочих місць та зростання безробіття, зникнення цілих галузей і професій, особливо тих, що не потребують високої кваліфікації (зміна кон'юнктури), зростання попиту на висококваліфікований персонал (знання – найбільша цінність), неформальна зайнятість, звільнення людини від важкої і рутинної праці, зміна особистості людини (оскільки Індустрія 4.0 закладає нові принципи в етику й естетику), зниження спеціалізації персоналу);

кліматичні та екологічні проблеми (зростання потреби в ресурсах, підвищення вимог до захисту навколишнього середовища, створення екологічно безпечних та ресурсощадливих виробництв, імплементація критеріїв та принципів сталого розвитку, розвиток технологій екологічної безпечності, раціонального використання та економії ресурсів).

Форсайт концепції Суспільство 5.0 у сфері туризму детермінує низку трендів з метою реалізації потенційних можливостей для розвитку як суб'єктів туристичної сфери, так і національної туристичної системи (рис. 4).



**Рис. 4. Тренди розвитку туристичної системи на засадах парадигми Суспільство 5.0**

Джерело: розроблено авторами.

*Структурні зміни на користь індустрії туризму.* Туризм ХХІ ст. перетворився на потужну високорентабельну індустрію, міжсекторальний господарський комплекс, вид економічної діяльності, сферу економічних відносин, який виступає глобальним комунікатором світової, національних та регіональних економік, галузей та сфер діяльності, підприємницьких структур і споживачів, а також індикатором економічного та соціального розвитку. Туризм займає 3-тє місце у світі за обсягами діяльності після хімічної та паливної промисловості, створює 3.6 % світового ВВП, має стійкий високий рівень зростання – до 5 % річних, його частка



у світовому експорті становить 7 %, а в експорті послуг – понад 30 %; формує позитивний імідж країни на світовому ринку. Зазнавши значного спаду внаслідок світової пандемії коронавірусу [9–12], за прогнозом UNWTO, ООН та Всесвітньої Ради з туризму та подорожей (WTTC), за 2 роки відбудеться повне відновлення обсягів кількості міжнародних туристських прибуттів у світі та обсягів валютних надходжень від туризму [8].

Водночас, позиція України у глобальному рейтингу туристичної конкурентоспроможності за 2007–2019 рр. є низькою (табл. 1): 76–88 місця з-поміж 124–140 країн. Загальна оцінка у 2019 р. складає 3.5 з максимальних 7 балів, причому найнижчими є показники "Людські ресурси", "Культурні ресурси", "Природні ресурси", "Цінова конкурентоспроможність".

Таблиця 1

**Динаміка рейтингу конкурентоспроможності туристичної системи України у 2007–2019 рр.**

Показники	Рейтинг України/кількість країн						Оцінка, бали, 2019
	2007	2008	2009	2011	2013	2017	
	78/124	77/130	77/133	85/139	76/140	88/136	
Державна політика та нормативне регулювання; бізнес-середовище *	88	100	104	107	114	124	4.1
Екологічні можливості; екологічна стійкість *	109	83	79	88	92	97	4.8
Безпека та захист	73	93	86	82	77	127	6.5
Охорона здоров'я та санітарія	39	17	18	17	8	8	4.8
Пріоритетність туризму	90	96	87	101	84	90	4.5
Інфраструктура повітряного транспорту	87	98	94	93	78	79	4.3
Наземна транспортна інфраструктура; наземна та портова інфраструктура *	67	84	72	74	73	81	3.7
Туристична інфраструктура; інфраструктура туристичного сервісу *	75	62	101	53	50	71	5.9
Інфраструктура зв'язку та комунікацій; інформаційно-комунікаційні технології *	64	52	119	68	70	81	3.9
Цінова конкурентоспроможність	37	115	61	119	110	45	2.7
Людські ресурси; людські ресурси та ринок праці *	73	80	68	68	65	41	3.1
Схильність до туризму, гостинність; міжнародна відкритість *	46	62	66	117	101	78	4.3
Природні ресурси	118	104	112	119	102	115	2.2
Культурні ресурси; культурні ресурси та діловий туризм *	118	84	88	86	80	51	1.9

\* Назва показника з 2017 р.

Джерело: розроблено авторами за матеріалами рапортів Всесвітнього економічного форуму [31].

У 2019 р. Україна посіла 78 позицію серед 140 країн, і це найгірший рейтинг країни за охопленій період досліджень, що є передумовою зниження інвестиційної привабливості туристичного сектора.

Результати аналітичного опрацювання рейтингових показників субіндексів з позиції їх впливу на глобальні структурні асиметрії у рейтингу туристичної привабливості України свідчать, що конкурентними перевагами є: безпека та захист, екологічні можливості, туристичні ресурси, схильність до туризму та гостинність, які створюють передумови для розвитку туризму.

*Внутрішні трансформації туристичної сфери*, зміна кон'юнктури ринків, зростання туристичного сектора як наслідок процесів урбанізації. Так, основними напрямками змін у туристичній сфері мають стати новації туристичних продуктів (унікальні туристичні об'єкти, готелі та ресторани); нові види туризму (космічний, е-туризм, інтерактивні екскурсії), нові туристські дестинації, туристичні маршрути та туристичні напрями; нові види транспорту (електротранспорт, космічні кораблі, безпілотні автомобілі, надшвидкісний транспорт), організаційні зміни та інноваційні підходи в споживанні туристичного продукту (аудіогіди, інтерактивні та віртуальні туристичні об'єкти, 3D–8D пристрої тощо); цінність інтелектуальних активів (торговельні марки міжнародних мереж, корпоративні бренди, стандарти сервісу, корпоративна культура); впровадження новітніх операційних технологій (QR-кодування, GPS-екскурсоводи, 3D-екрани, VR-технології, робототехніка). Також актуальною залишається диверсифікація туристичних продуктів (географічна, споживча, ринкова), що дає змогу персоналізувати сервіс у туризмі та управляти поведінкою споживача.

*Активне проникнення та використання інноваційних цифрових технологій.* Характерна риса цифровізації туризму – автоматизація управлінських та сервісних процесів як на локальному рівні, так і формування інтегрованих інформаційних систем та платформ, а також впровадження цифрових технологій у діяльність суб'єктів туристичного бізнесу та туристичної інфраструктури. Ф. Котлер (2019) визначає, що цифрова комунікація відбувається як в онлайн-, так і офлайн-формах [29], за допомогою технологій мережі Інтернет або із застосуванням будь-яких інших цифрових носіїв інформації з використанням таких цифрових каналів, як мобільні пристрої; мережа Інтернет, а також пристрої, що надають доступ до неї; локальні мережі; цифрове телебачення; POS-термінали та інтерактивні екрани. Пул інтегрованих інформаційно-комунікативних технологій та платформ включає універсальні глобальні системи бронювання туристичних послуг: *Skyscanner, Booking.com, Otel.com, Agoda.com, Hotels.com, Airbnb, Trivago, Skyscanner, Kiwi, OnetwoTrip, Hotelworld, Home Away, DB Navigator* та спеціалізовані – сайти авіакомпаній *Wizzair, Ryanair, Iberia* і *Vueling*, МАУ; системи самостійного розміщення та вибору проживання: *TripAdvisor, TripMyDream, Rome2rio, izi.TRAVEL*; пошукові та навігаційні сервіси: *Google.com, Bing, Ask.com, Ukr.net, I.ua*,

*Online.ua, Meta*; оренда автомобілів: *Europcar* і *Hertz*, *Economy-bookings*, *Uber* і *Taxify*, *Ultimate Drives*; фінансові послуги: *Приват24*, *Ощад24*, *Monobank*; туристичні блог-сервіси: *Twitter*, *Blogger*, *WordPress.com*, *Blog.com*, *LiveJournal*, *Blogoreader*, *Meta.ua*, *Hiblogger.net*, *ВКурсі.ком*; мультифункціональні глобальні адміністратори: *Glovo*, *UberEats*; системи контенту, створеного користувачами (*User-Generated Content*).

Найбільш дієвим та динамічним трендом комунікації майбутнього, за висновком *PwC UN report World Population Ageing*, визнано мобільні пристрої та мобільні додатки (25 % усіх продажів у сфері туризму припадає на мобільні пристрої у 2017 р.) [30]. Основне призначення – задовольнити імпульсивні потреби туриста та оптимізувати канали комунікації та продажу суб'єктів бізнесу у сфері туризму. У сфері туризму існують такі різновиди мобільних додатків: перекладачі, карти, бронювання готелів (*Hotellook*, *Booking*), купівля квитків та порівняльні інтегровані сервіси продажу (*Aviasales*, *Scyscanner*), путівники та довідники (*TravelMe*), пошук попутників (*BlaBlaCar*), оренда автомобілів (*Sixt*), додатки візуалізації подорожей (*TripTrip*, *Spottly*), пошукові системи (*Momondo*, *Kayak*, *Bilet*, *App In The Air*, *Hotel Reservation Service*, *Hotels.com*, *Expedia.Com*) та багато інших. Всеохоплююче використання мобільних приладів потребує створення спеціалізованих інтерфейсів персональних сайтів підприємств та корпоративних онлайн-платформ.

*Соціальні медіа.* Альтернативні та нішеві канали соціальних медіа: *Snapchat*, *Pinterest*, *Facebook*, *Instagram*, *Zoom*, *Google Duo* є платформами для онлайн-спілкування зі споживачами. Технології: *Viber*, *Whatsapp*, *Telegram*, *Skype*, *Facebook Messenger* – ефективні спеціалізовані платформи для досягнення цілей персональної взаємодії з цільовими споживачами. Основний тренд – цифровізація всіх аспектів внутрішньоорганізаційної, зовнішньої та приватної соціальної взаємодії.

*Системи великих баз даних та їх аналіз (Big Data and Analytics).* У сфері туризму *Big Data and Analytics* – це технічні рішення, що дають змогу перетворити несистематизовані масиви даних в інформацію, яка забезпечує персоналізацію та персоніфікацію в туризмі. Так, це рішення щодо пошуку цільової аудиторії, визначення потреб кожного сегмента та туриста, встановлення індивідуального підходу до формування туристичного продукту для кожного клієнта та визначення його вартості. На рівні суб'єкта бізнесу – це можливості моніторингу ринку, проведення цільових рекламних кампаній, реалізації завдань ревеню-менеджменту, *HR*-менеджменту тощо.

*Хмарні технології.* Зберігання, оброблення та інтегрування інформації на віддалених серверах або в "хмарі" – одна з основних світових тенденцій, у т.ч. в туризмі. Вони надають можливість, з одного боку, ефективно та безпечно управляти корпоративними даними, з іншого – швидко збільшити обсяг сховища інформації за необхідністю, що передбачає активізацію розвитку економічних суб'єктів.

*Технологія "Блокчейн"*. У сфері туризму система сприятиме створенню розподільних баз даних для алгоритмізації та оптимізації обліку трансакцій, підвищенню надійності сервісу, забезпеченню процесів бронювання, розрахунку, зворотного зв'язку з клієнтами. Її функціональними можливостями є: *B2B* та *B2C* трансакції, ідентифікація споживачів та управління доступом, смарт-контакти, відслідковування інформації, реєстрація споживачів у готелях та на рейси, надання інших послуг у межах однієї поїздки. Криптовалюта може стати розповсюдженим засобом платежів на ринку туристичних послуг; прогнозується зниження фінансової залежності суб'єктів від регуляторів. Технології зберігання записів – інтернет довіри; Стартапи *Civic, Loyal*.

*Штучний інтелект*. Програмні алгоритми для суб'єктів сфери туризму реалізують завдання забезпечення прийняття рішень, отримання персоналізованих результатів при плануванні, організації та оцінюванні туристичних подорожей, а також оброблення та передання голосової, зорової та іншої невербальної інформації, до яких належать: системи управління готелями – *PMS (property management system)*, що дають змогу автоматизувати бізнес-процеси та функції готелів і мереж; системи управління ризиками та протидії шахрайству (*real-time*); автоматизовані віртуальні помічники (цифрові "помічники" департаментів: маркетингу, відділу аналітики, служби з якості, обслуговування в номерах, *F&B*, анімація); системи аналізу даних та аналітики, клієнтські служби (чат-боти цілодобового готельного сервісу від *check-in* до *check-out*; система "сервісного консьєржу"; система "сервісу в номері"; система "розумний будинок"); нейронні мережі (автоматизація операційної діяльності туристичного офісу, ресторану, готелю або мережі); системи нейроінтерфейсів (обмін інформацією між мозком людини і електронним пристроєм).

*Технології та пристрої віртуальної та доповненої реальності* спрямовані на сприйняття віртуальної реальності через максимальну візуалізацію туристичних об'єктів та інфраструктуру. Технології надають можливість обирати готелі, ресторани, екскурсії, анімаційні послуги; планувати туристичні маршрути; розробляти та демонструвати проекти; формувати комплексні туристичні продукти. Технології віртуальної та доповненої реальності дають змогу створити інтерактивні та віртуальні готелі, екскурсії, музеї, розваги, експозиції тощо, які слугують для продажу та просування продукту, розширення можливостей сервісу для клієнтів, навчання та розвитку персоналу, маркетингу тощо.

*Інтернет речей* – інноваційна технологія, яка об'єднує об'єкти та прилади, облаштовані сенсорами, програмним забезпеченням та іншим обладнанням, що дає змогу отримувати та обмінюватись даними через мережу Інтернет для надання "безшовного" сервісу, самообслуговування, віддаленого надання послуг, отримання ринкової аналітики, моніторингу активів, ціноутворення тощо.

*Роботизація* – електромеханічні та віртуальні агенти, які автоматизують операційні процеси та операції (розроблення та вибір туристичного маршруту, готелю, бронювання, поселення, хаускіпінг, управління тарифами та завантаженням ); у майбутньому – використання інтелектуальних роботів, які будуть розуміти та спілкуватись з людьми, шукати та обробляти інформацію, розробляти альтернативи управлінських рішень, у т.ч. у сфері туризму.

*Біометричні технології* – цифрові системи, які фіксують достовірність присутності та ідентифікації особи на основі біометричної інформації людини, дають змогу зменшити потребу у документах, що підтверджують особу, оплату товарів і послуг, прискорити та спростити процедури митних формальностей, поселення, реєстрації на транспорті тощо.

*Потреба у забезпеченні безпеки* – основна конкурентна перевага суб'єкта на ринку й базова потреба споживача. Безпека охопить усі сфери діяльності в туризмі та всі аспекти людського буття (життя, здоров'я, майна). Інфраструктура забезпечення безпеки майбутнього передбачатиме наявність технологій, які дозволятимуть миттєво реагувати на будь-які збої систем, загрози та небезпеки.

*Формування економіки знань, гуманізація та соціологізація* – зростання потреб у висококваліфікованих фахівцях, конкуренція за знаннями (персоналом з унікальними компетентностями та можливостями), цінність працівника як основного носія корпоративної культури корпорації, вирішення соціальних потреб, розвиток особистості та потреб людини, інвестиції у людський капітал – ключова конкурентна перевага суб'єкта бізнесу.

*Глобальна екологізація* – формування платформ екологічної інформації, досягнення цілей сталого розвитку, збереження та захист природних ресурсів, використання екологічних технологій, розвиток ринку туристичних послуг на екологічних засадах (екологічні: туризм, готелі, ресторани, транспорт), перехід на енергоощадливі технології процесів (життєзабезпечення готелів, ресторанів).

*Формування сервісного суспільства* – зростання частки послуг у структурі ВВП світу, активне перетворення товарів на послуги, трансформація цінностей в суспільстві, яка в туризмі виявляється через потребу в індивідуальних турах, персоналізації сервісу, високу вартість послуг з використанням праці персоналу, а не засобів автоматизації та механізації.

Зазначені тренди формують *виклики та ризики*, що постають перед суб'єктами туристичної діяльності:

*економічні* (урбанізація, турбулентність та кризові явища у зовнішньому середовищі, економічні та соціальні катаклізми, дивергенція або зростання розриву між економіками країн та регіонами, низька схильність до інноваційності в суспільстві та у галузі туризму, нестача фінансових ресурсів у суб'єктів бізнесу, втрата конкурентоспроможності, тривалий термін окупності інвестицій, втрата фінансової стійкості);

*організаційно-управлінські* (турбулентність "вертикального" прогресу – від країни до країни – та "горизонтального" – створення нових технологій та об'єктів, швидке старіння технологічних рішень, моральне старіння активів, втрата ресурсів та інформації через низький рівень кібербезпеки та злочинність в інформаційному просторі, ризики неузгодженості та ускладнення роботи в цифровому просторі, інформаційні шуми);

*соціальні та екологічні* (зростання розриву між рівнем життя окремих верств населення суспільства, трансформація цінностей, старіння знань, зростання безробіття та масова втрата робочих місць, потреба у висококваліфікованих фахівцях, зміна особистості та потреб людини, забруднення навколишнього середовища, нестача природних ресурсів).

Суспільство 5.0 формує нову реальність для функціонування як національних та галузевих економічних систем, так і суб'єктів бізнесу, в якій інноваційні технології руйнують діючі стратегії, моделі та практики розвитку учасників економічних відносин, сформовані соціальні зв'язки. Тому формування нової моделі економічного розвитку з врахуванням викликів є індикатором життєздатності та драйвером конкурентоспроможності економічних суб'єктів усіх ієрархічних рівнів, у т.ч. туристичного сектора.

Сфера туризму, яка є соціальною за призначенням, водночас має як ключові ризики та загрози щодо впровадження та стратегічних положень концепції Суспільство 5.0, так і *унікальні можливості та переваги*:

- вивільнення часу та активізація подорожування, що активує розвиток туризму та сектора гостинності;
- досягнення лідерства на ринку гостинності та формування унікальних конкурентних переваг через інноваційний розвиток;
- інноваційність туристичної сфери, удосконалення якості сервісу та формування позитивного туристичного бренду країн, персонального іміджу компаній завдяки впровадженню технічних та технологічних новацій;
- створення інтегрованих формувань та об'єднання ресурсів, можливостей та ризиків для реалізації консолідованої стратегії розвитку (стратегічні партнерства, мережеві утворення, франчайзингові системи, кластерні структури);
- удосконалення операційної діяльності (автоматизація рутинної роботи, операцій та процесів, штучний інтелект, пристрої віртуальної та доповненої реальності в сервісі);
- удосконалення бізнес-процесів та прийняття управлінських рішень: (управління бронюванням та резервуванням, управління номерним фондом, маркетинг та персоналізація продаж, просування послуг, рішення щодо оптимізації ресурсного забезпечення та зберігання енергії, альтернативні джерела ресурсів; екологічні новації тощо);
- формування нового типу внутрішньої корпоративної культури підприємств та культури туризму в цілому з акцентом та етичні принципи, гуманізацію, підвищення соціальної відповідальності бізнесу [32]; забезпечення соціальних стандартів, впровадження принципів сталого розвитку та інтеграційності;

- створення передумов для зростання капіталовкладень у сферу гостинності, підвищення інвестиційної привабливості бізнесу завдяки зростанню туристичної привабливості як дестинацій, так і сфери бізнесу [33];
- створення нових можливостей для професійного розвитку, зростання та реалізації професійних компетентностей персоналу завдяки використанню переваг економіки знань.

Для оцінювання впровадження новацій концепції Суспільство 5.0 проведено експертні дослідження топменеджменту та професіоналів туристичної галузі (табл. 2). Підприємства досліджено щодо виразності атрибутів концепції Суспільство 5.0 у межах 3-х блоків: організаційно-управлінського, економічного та соціального.

*Організаційно-управлінський* аспект реалізації впровадження інноваційних процесів містить рівень виконання операційних та управлінських функцій та ефективність організаційного дизайну і базується на визначенні таких мультиатрибутивних параметрів, як: оптимальність організаційного дизайну; узгодженість роботи працівників та департаментів; узгодженість та швидкість виконання бізнес-процесів; дієвість стратегічного планування, оперативного управління, стимулювання, контролю, координації; якість діяльності; рівень якості послуг та їх цінність для усіх сегментів стейкхолдерів (власники, персонал, споживач).

*Економічний блок* мультиатрибутивних параметрів сприяє визначенню рівня ефективності управління суб'єктами бізнесу та включає якісне та кількісне вимірювання таких процесів, як: загальне управління, економіка, фінанси, ділова активність, маркетинг, виробництво туристичного продукту, збут, інформаційно-аналітичне забезпечення, ресурси, комунікації.

*Соціальний та екологічний аспекти* дають змогу встановити цінність для усіх стейкхолдерів (власники, персонал, споживач, суспільство) у контексті визначення виразності групи атрибутів: надійність роботи; рівень довіри і визнання; доступність, готовність до діалогу; безперервність та систематичність; взаємна допомога, підтримка; існування додаткових переваг та привілеїв; узгодженість дій, їх структурованість вигідність і міцність; екологічність; економія ресурсів; сталий розвиток.

Залежно від результатів оцінювання визначено три основні зони ефективності (ЗО) інноваційного розвитку:

$$0 \leq \sum_{i=1}^n ZO_{ai} \leq 1^- \text{ зона низького значення рівня атрибутів, що є}$$

підтвердженням, що суб'єкти у цій сфері працюють неефективно (1);

$$1 \leq \sum_{i=1}^n ZO_{ai} \leq 2 \text{ – зона посереднього значення рівня атрибутів, що є}$$

свідченням посередньої організації інноваційних процесів (2);

$$2 < \sum_{i=1}^n ZO_{ai} \leq 3 \text{ – зона високого рівня виразності атрибутів –}$$

підприємства працюють у цій сфері ефективно (3).

Таблиця 2

**Оцінка результативності реалізації концепції Суспільство 5.0 суб'єктів туристичної діяльності на основі мультиатрибутивного підходу**

Континуум підприємств	Усереднена оцінка за континуумом	Кількість підприємств	Частка в кількості підприємств, %	Частка в обсягах діяльності, %	Граничні показники результативності	Зона результативності (ЗО)
А. Транснаціональні багатогалузеві концерни	2.6	7	6.5	26.9	$2.5 \leq ЗР \leq 3$	Висока
В. Консолідовані транснаціональні (міжнародні) туристичні компанії (корпорації)	2.2	11	10.2	14.6	$2 \leq ЗО < 2.5$	Середня, наближена до зростання
С. Великі універсальні (багатопрофільні) туристичні оператори (масового ринку) з мережею власних представництв та залучених агентів, диверсифіковані готельно-ресторанні комплекси	2	11	10.2	3.2		
Д. Середні універсальні (багатопрофільні) туристичні оператори, великі готелі та ресторани	1.8	8	7.4	21.8	$1.5 \leq ЗО < 2$	Середня
Е. Малі універсальні туристичні підприємства, малі готелі, малі ресторани	1.9	9	8.4	18.6		
Г. Великі туристичні мережі, великі готельні мережі та ресторани мережі	1.9	6	5.6	2.4		
Ф. Середні туристичні, готельні та ресторани мережі	1.8	4	3.7	0.9		
Н. Великі спеціалізовані (взькопрофільні) підприємства	1.6	10	9.3	3	$1 \leq ЗО < 1.5$	Середня, наближена до зниження
К. Середні спеціалізовані підприємства	1.4	24	22.4	6.4		
З. Малі спеціалізовані підприємства	0.9	17	15.9	2.3	$0 \leq ЗО < 1$	Низька

Джерело: дослідження авторів.

За результатами експертного дослідження (див. табл. 2) зроблено такі висновки:

- у більшості підприємств аспекти ефективності впровадження інновацій мають середній рівень виразності, тобто підприємства у цьому напрямі працюють задовільно, але потребують розроблення дієвих механізмів для подальшої активізації їх інноваційного розвитку;
- найвищий рівень виразності атрибутів отримали економічні аспекти інтеграційної взаємодії (які обчислюються на основі розрахунку економічних показників (кількісних) та визначають рівень ефективності діяльності суб'єктів туристичної діяльності);



• результати аудиту організаційно-управлінських процесів свідчать, що їх атрибути знаходяться на нижчому порівняно з економічними аспектами рівні, тобто управлінські функції не відповідають повним потребам ефективного організаційного забезпечення реалізації інтеграційної стратегії;

• найнижчий рівень значень параметрів отримав соціальний аспект розвитку інтеграційних процесів, що свідчить про практичні проблеми імплементації принципів концепції Суспільство 5.0 у практику туристичного бізнесу; виразність параметрів інтеграційної взаємодії має індивідуальний характер та залежить від специфіки та особливостей підприємства – його розміру, типу, територіального охоплення ринку, сегментів обслуговуваних споживачів, спеціалізації, системи менеджменту.

За результатами дослідження (див. *табл. 2*) здійснено позиціонування суб'єктів туристичної у межах основних зон, що відповідають певному рівню результативності управління на засадах імплементації положень концепції Суспільство 5.0: високому (континуум *A*); середньому, що наближена до зростання (континууми *C* та *D*); середньому (континууми *B*, *G*, *H*, *K*, *F*); середньому, що наближена до зниження (континуум *E*); низькому (континуум *Z*).

**Висновки.** Врахування принципів концепції Суспільства 5.0 у визначенні стратегічного вектора розвитку туризму – це об'єктивна вимога, яка відповідає глобальній соціальній ідеї ООН до 2030 р. Парадигмальна ідея концепції Суспільство 5.0 – це суспільство, в якому система, що інтегрує інформаційне та реальне середовище, врівноважує економічний розвиток та вирішення соціальних проблем.

Туризм як феномен суспільного розвитку, його масштабність та соціально-економічний потенціал, багатофункціональність у задоволенні комплексу споживчих потреб забезпечить швидке відновлення темпів зростання базових показників цієї сфери навіть в умовах несприятливої кон'юнктури світового ринку. З цих позицій туризм, який є одним з провідних напрямів соціально-економічного, культурного і політичного розвитку більшості держав та невід'ємним елементом споживчої моделі поведінки значної частини населення світу, спроможний втілити ідеї концепції Суспільство 5.0 і стати глобальним драйвером соціально-економічного розвитку.

#### СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Navigating the rising tide of uncertainty. PwC's 23rd Annual Global CEO Survey. September and October of 2019. Davos. Retrieved from <https://www.pwc.com/gx/en/ceoagenda/ceosurvey/2020.html#cs23DataExplorer>.
2. Busquets, Javier (2019). Artificial Intelligence and the Challenge of Global Governance. Forbes. July 10th. Retrieved from: <https://www.forbes.com/sites/esade/2019/07/10/artificial-intelligence-and-the-challenge-of-global-governance/#18a97d24636b> (12. 07. 2019).

3. Li, Da Xu, Eric, L. Xu & Ling, Li (2018). Industry 4.0: state of the art and future trends. *International Journal of Production Research*. 56:8, 2941-2962. Retrieved from <https://doi.org/10.1080/00207543.2018.1444806>.
4. Die Welt im Jahr 2030. Das nächste Jahrzehnt. Deutsche Bank Research. January of 2020. Frankfurt am Main. Retrieved from [https://www.dbresearch.de/PROD/RPS\\_DEPROD/PROD0000000000504518/Die\\_Welt\\_im\\_Jahr\\_2030.pdf](https://www.dbresearch.de/PROD/RPS_DEPROD/PROD0000000000504518/Die_Welt_im_Jahr_2030.pdf).
5. Economic Growth and Sustainability. Ifo Institute for Economic Research at the University of Munich. Retrieved from <https://www.ifo.de/en/topics/economic-growth-and-sustainability>.
6. International Monetary Fund World. Economic Outlook. Global Financial Stability Report. Retrieved from <https://www.imf.org/external/index.htm>.
7. United Nations Conference on Trade and Development (UNCTAD). How Covid-19 is changing the world: a statistical perspective. Retrieved from <https://unctad.org/en/Pages/statistics.aspx>.
8. World Tourism Organization. UNWTO RELEASES A COVID-19 TECHNICAL ASSISTANCE PACKAGE FOR TOURISM RECOVERY. Retrieved from <https://www.unwto.org/news/unwto-releases-a-covid-19-technical-assistance-package-for-tourism-recovery>.
9. World Tourism Organization (2019). International Tourism Highlights, 2019 Edition, UNWTO, Madrid. Retrieved from <https://doi.org/10.18111/9789284421152>.
10. World Tourism Organization (2018). International Tourism Highlights, 2018 Edition, UNWTO, Madrid. Retrieved from <https://doi.org/10.18111/9789284419876>.
11. World Tourism Organization (2018). Report of the Secretary-General. Part I: Current situation and activities. Implementation of the General Programme of Work, A Specialized Agency of the United Nations. Madrid. Spain. Retrieved from <https://doi/pdf/10.18111/unwtoecd.2018.1.g51w645001604517>.
12. World Travel and Tourism Council. Travel & Tourism Global Economic Impact (2018). March. All rights reserved. Retrieved from <https://www.wttc.org/-/media/files/reports/economic-impact-research/2018-documents/global-economic-impact-and-issues-2018.pdf>.
13. Bosovskaya, M. V. (2015). *Integration processes in tourism*. Kyiv: KNTEU, 832 p.
14. Kagermann, H., Lukas, W.-D., & Wahlster, W. (2011). Industrie 4.0: Mit dem Internet der Dinge auf dem Weg zur 4. industriellen Revolution. *VDI Nachrichten*, 1, April.
15. Rolandberger (2020). The future of the gig economy <https://www.rolandberger.com/ru/Point-of-View/The-future-of-the-gig-economy.html>.
16. Hoffmann R. (2016). Investment Opportunities in Industry 4.0 – Industrial Revolution "Made in Germany". Ecovis. Retrieved from <https://www.ecovis.com/focus-china/investment-opportunities-industry-4-0>.
17. Branger, J., & Pang, Z. (2015). From Automated Home to Sustainable, Healthy and Manufacturing Home: A New Story Enabled by the Internet-of-Things and Industry 4.0. *Journal of Management Analytics*, 2 (4), 314-332. DOI: 10.1080/23270012.2015.1115379.
18. Cheng, G., Liu, L., Qiang, X. & Liu, Y. (2016). Industry 4.0 Development and Application of Intelligent Manufacturing. In Proceedings of International Conference on Information Systems and Artificial Intelligence, 407-410. Hong Kong: IEEE.

19. Kergroach, S. (2017). Industry 4.0: New Challenges and Opportunities for the Labour Market. *Foresight and STI Governance*. Vol. 11. 4, 6-8. DOI: 10.17323/2500-2597.2017.4.6.8.
20. Frey, C. B., Osborne, M. A. (2017). The future of employment: how susceptible are jobs to computerisation? *Technological Forecasting and Social Change*, 114, 254-280.
21. Cetrulo, A., & Nuvolari, A. (2019). Industry 4.0: revolution or hype? Reassessing recent technological trends and their impact on labour. *Journal of Industrial and Business Economics* 46:391–402. Retrieved from <https://doi.org/10.1007/s40812-019-00132-y>.
22. Ghobakhloo, Morteza (2018). The future of manufacturing industry: a strategic roadmaptoward Industry 4.0. *Journal of Manufacturing Technology Management*. Vol. 29. № 6, 910-936. DOI: 10.1108/JMTM-02-2018-005.
23. Martinelli, A., Mina, A., & Moggi, M. (2019). The enabling technologies of industry 4.0: Examining the seeds of the fourth industrial revolution (2019/09). Laboratory of Economics and Management (LEM). Sant' Anna School of Advanced Studies. Pisa, Italy.
24. Pardi, T. (2018). Industry 4.0: hypes, stakes, history and possible consequences for workers in the automotive sector, presentation at the conference. A new industrial revolution? Labour, technology and the automotive industry, 31 May. Pisa.
25. Uemura, N. (2017). Society 5.0: a look of Mitsubishi Electric. *Economic strategies*. Vol. 4, 2-11.
26. Nurullin, Rafail Asgatovich (2019). Society 5.0: a Self-Devouring System. *International Journal of Recent Technology and Engineering*. Vol. 8. Is. 2. July. Retrieved from <https://doi.org/10.35940/ijrte.B3052.078219>.
27. Berawi, M. A. (2019). MANAGING NATURE 5.0 IN INDUSTRIAL REVOLUTION 4.0 AND SOCIETY 5.0 ERA. *International Journal of Technology*, 10(2). 222-225. DOI: <https://doi.org/10.14716/ijtech.v10i2.3084>.
28. Trynchuk, V., Kaigorodova, G., Alyakina, D., Pyrkova, G. & Mustafina, A. (2018). Investment activity of insurers and the state economic growth. *Montenegrin Journal of Economics*. Vol. 14, 4, 109-123. DOI: 10.14254/1800-5845/2018.14-4.8.
29. Kotler, F. (2019). Markety'ng vid A do Ya. 80 koncepcij, yaki povy'nen znaty' kozhen menedzher, 35.
30. PwC UN report World Population Ageing 1950–2050 (2017). Retrieved from <https://www.pwc.ru/ru/assets/pdf/industry-4-0-pwc.pdf>.
31. World Economic Forum. The Travel & Tourism. Competitiveness Report 2007, 2009, 2011, 2013, 2015, 2017, 2018, 2019. Growth through Shocks. Retrieved from <http://www3.weforum.org>.
32. Hughes, Karen and Moscardo, Gianna (2019). ICT and the future of tourist management. *JOURNAL OF TOURISM FUTURES*. Vol. 5. 3. 228-240. DOI: 10.1108/JTF-12-2018-0072.
33. Law, R., Buhalis, D. & Cobanoglu, C. (2014). Progress on information and communication technologies in hospitality and tourism. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*. Vol. 26. 5. 727-50.

Стаття надійшла до редакції 16.06.2020.

**Mazaraki A., Boiko M., Bosovska M. Tourism transformation in Society 5.0.**

**Background.** Solution of the strategic tasks of sustainable economic growth, overcoming the effects of the global epidemiological crisis, informatization, digitalization, innovation, integration of the economy determine the need to form a new vector of tourism system development, based on the transformation of the economic concept of Industry 4.0 in the paradigm of Society 5.0.

The **aim** of the article is to diagnose the trends and challenges of the tourism industry in the context of the formation of a new paradigm for the development of the economy of the future – Society 5.0, forecasting opportunities and strategic prospects that arise as a result of their implementation.

**Materials and methods.** The theoretical and methodological basis of the article are the classical concepts of economic development, evolutionary and systemic approaches to research. General scientific and special research methods have been used: abstraction, analysis and synthesis; systematization, decomposition; analytical, logical and historical generalizations. To structure the inherent characteristics and conceptual trends in the development of society 5.0, a forecasting method has been used.

**Results.** The article examines the phenomenon of Society 5.0 at the global and industry (tourism) level. Theoretical generalization of the provisions of the concepts of society development at different hierarchical levels of the economic system allowed implementing the foresight concept of Society 5.0 in the field of tourism, determining global trends in the field of realization of potential opportunities for the development of the tourism industry.

Defining trends in Society 5.0 in the field of tourism, allowed to state economic, organizational and managerial social and environmental challenges, risks and threats as a consequence of the implementation and strategic provisions of the concept. It is substantiated that the implementation of the management model Society 5.0. will create unique opportunities, competitive advantages and will provide economic, social and environmental benefits for the tourism industry.

The evaluation of the effectiveness of the concept Society 5.0 provisions implementation and the level of innovative development of tourism entities on the basis of a multi-attribute approach by determining the portfolio of quantitative and qualitative parameters and attributes taking into account the organizational, managerial, economic, social aspects of the activity was carried out.

**Conclusion.** Tourism as a phenomenon of social development, its scale and socio-economic potential, multifunctionality in meeting the complex of consumer needs will ensure a rapid recovery of growth rates of basic indicators in this area, even in the face of unfavourable world market conditions. From these positions, tourism, which is one of the leading areas of socio-economic, cultural and political development of most countries and an essential part of the consumer behavior model in the scale of a significant proportion of the world's population, is able to implement the concept of "Society 5.0" and become a global driver of socio-economic development.

**Keywords:** Industry 4.0, Society 5.0, economic challenges, economic trends, tourism industry, tourism entities, innovative development, paradigm, digital economy.

REFERENCES

1. Navigating the rising tide of uncertain. PwC's 23rd Annual Global CEO Survey. September and October of 2019. Davos. Retrieved from <https://www.pwc.com/gx/en/ceoagenda/ceosurvey/2020.html#cs23DataExplorer> [in English].
2. Busquets, Javier (2019). Artificial Intelligence and the Challenge of Global Governance. Forbes. July 10th. Retrieved from: <https://www.forbes.com/sites/esade/2019/07/10/artificial-intelligence-and-the-challenge-of-global-governance/#18a97d24636b> (12. 07. 2019) [in English].

3. Li, Da Xu, Eric, L. Xu & Ling, Li (2018). Industry 4.0: state of the art and future trends, *International Journal of Production Research*. 56:8, 2941-2962. Retrieved from: <https://doi.org/10.1080/00207543.2018.1444806> [in English].
4. Die Welt im Jahr 2030. Das nächste Jahrzehnt. Deutsche Bank Research. January of 2020. Frankfurt am Main. Retrieved from [https://www.dbresearch.de/PROD/RPS\\_DEPROD/PROD000000000504518/Die\\_Welt\\_im\\_Jahr\\_2030.pdf](https://www.dbresearch.de/PROD/RPS_DEPROD/PROD000000000504518/Die_Welt_im_Jahr_2030.pdf) [in English].
5. Economic Growth and Sustainability. Ifo Institute for Economic Research at the University of Munich. Retrieved from <https://www.ifo.de/en/topics/economic-growth-and-sustainability> [in English].
6. International Monetary Fund World. Economic Outlook. Global Financial Stability Report. Retrieved from <https://www.imf.org/external/index.htm> [in English].
7. United Nations Conference on Trade and Development (UNCTAD). How Covid-19 is changing the world: a statistical perspective. Retrieved from <https://unctad.org/en/Pages/statistics.aspx> [in English].
8. World Tourism Organization. UNWTO RELEASES A COVID-19 TECHNICAL ASSISTANCE PACKAGE FOR TOURISM RECOVERY. Retrieved from <https://www.unwto.org/news/unwto-releases-a-covid-19-technical-assistance-package-for-tourism-recovery> [in English].
9. World Tourism Organization (2019). International Tourism Highlights, 2019 Edition. UNWTO. Madrid. Retrieved from <https://doi.org/10.18111/9789284421152> [in English].
10. World Tourism Organization (2018). International Tourism Highlights, 2018 Edition. UNWTO. Madrid. Retrieved from <https://doi.org/10.18111/9789284419876> [in English].
11. World Tourism Organization (2018). Report of the Secretary-General. Part I: Current situation and activities, Implementation of the General Programme of Work. A Specialized Agency of the United Nations. Madrid. Spain. Retrieved from <https://doi/pdf/10.18111/unwtoecd.2018.1.g51w645001604517> [in English].
12. World Travel and Tourism Council. Travel & Tourism Global Economic Impact (2018). March. All rights reserved. Retrieved from <https://www.wttc.org/-/media/files/reports/economic-impact-research/2018-documents/global-economic-impact-and-issues-2018.pdf> [in English].
13. Bosovskaya, M. V. (2015). *Integration processes in tourism*. Kyiv: KNTEU [in English].
14. Kagermann, H., Lukas, W.-D., & Wahlster, W. (2011). Industrie 4.0: Mit dem Internet der Dinge auf dem Weg zur 4. industriellen Revolution. *VDI Nachrichten*, 1, April [in English].
15. Rolandberger (2020). The future of the gig economy <https://www.rolandberger.com/ru/Point-of-View/The-future-of-the-gig-economy.html> [in English].
16. Hoffmann R. (2016). Investment Opportunities in Industry 4.0 – Industrial Revolution "Made in Germany". Ecovis. Retrieved from <https://www.ecovis.com/focus-china/investment-opportunities-industry-4-0> [in English].
17. Branger, J., & Pang, Z. (2015). From Automated Home to Sustainable, Healthy and Manufacturing Home: A New Story Enabled by the Internet-of-Things and Industry 4.0. *Journal of Management Analytics*, 2 (4), 314-332. DOI: 10.1080/23270012.2015.1115379 [in English].
18. Cheng, G., Liu, L., Qiang, X. & Liu, Y. (2016). Industry 4.0 Development and Application of Intelligent Manufacturing. In Proceedings of International Conference on Information Systems and Artificial Intelligence, 407-410. Hong Kong: IEEE [in English].
19. Kergroach, S. (2017). Industry 4.0: New Challenges and Opportunities for the Labour Market. Foresight and STI Governance. Vol. 11. 4, 6-8. DOI: 10.17323/2500-2597.2017.4.6.8 [in English].
20. Frey, C. B., Osborne, M. A. (2017). The future of employment: how susceptible are jobs to computerisation? *Technological Forecasting and Social Change*, 114, 254-280 [in English].

21. Cetrulo, A., & Nuvolari, A. (2019). Industry 4.0: revolution or hype? Reassessing recent technological trends and their impact on labour. *Journal of Industrial and Business Economics* 46:391–402. Retrieved from <https://doi.org/10.1007/s40812-019-00132-y> [in English].
22. Ghobakhloo, Morteza (2018). The future of manufacturing industry: a strategic road-map toward Industry 4.0. *Journal of Manufacturing Technology Management*. Vol. 29. № 6, 910-936. DOI: 10.1108/JMTM-02-2018-005 [in English].
23. Martinelli, A., Mina, A., & Moggi, M. (2019). The enabling technologies of industry 4.0: Examining the seeds of the fourth industrial revolution (2019/09). Laboratory of Economics and Management (LEM). Sant' Anna School of Advanced Studies. Pisa, Italy [in English].
24. Pardi, T. (2018). Industry 4.0: hypes, stakes, history and possible consequences for workers in the automotive sector, presentation at the conference. A new industrial revolution? Labour, technology and the automotive industry, 31 May. Pisa [in English].
25. Uemura, N. (2017). Society 5.0: a look of Mitsubishi Electric. *Economic strategies*. Vol. 4, 2-11 [in English].
26. Nurullin, Rafail Asgatovich (2019). Society 5.0: a Self-Devouring System. *International Journal of Recent Technology and Engineering*. Vol. 8. Is. 2. July. Retrieved from <https://doi.org/10.35940/ijrte.B3052.078219> [in English].
27. Berawi, M. A. (2019). MANAGING NATURE 5.0 IN INDUSTRIAL REVOLUTION 4.0 AND SOCIETY 5.0 ERA. *International Journal of Technology*, 10(2). 222-225. DOI: <https://doi.org/10.14716/ijtech.v10i2.3084> [in English].
28. Trynchuk, V., Kaigorodova, G., Alyakina, D., Pyrkova, G. & Mustafina, A. (2018). Investment activity of insurers and the state economic growth. *Montenegrin Journal of Economics*. Vol. 14, 4, 109-123. DOI: 10.14254/1800-5845/2018.14-4.8 [in English].
29. Kotler, F. (2019). Markety'ng vid A do Ya. 80 koncepcij, yaki pov'y'nen znaty' kozhen menedzher, 35 [in English].
30. PwC UN report World Population Ageing 1950–2050 (2017). Retrieved from <https://www.pwc.ru/ru/assets/pdf/industry-4-0-pwc.pdf> [in English].
31. World Economic Forum. The Travel & Tourism. Competitiveness Report 2007, 2009, 2011, 2013, 2015, 2017, 2018, 2019. Growth through Shocks. Retrieved from <http://www3.weforum.org> [in English].
32. Hughes, Karen and Moscardo, Gianna (2019). ICT and the future of tourist management. *JOURNAL OF TOURISM FUTURES*. Vol. 5. 3. 228-240. DOI: 10.1108/JTF-12-2018-0072 [in English].
33. Law, R., Buhalis, D. & Cobanoglu, C. (2014). Progress on information and communication technologies in hospitality and tourism. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*. Vol. 26. 5. 727-50 [in English].