

## A DIGITALIZÁCIÓ SZEREPE ÉS LEHETSÉGES HATÁSAI A TURIZMUS FEJLŐDÉSÉBEN

MAMMADOVA ZHALA – EGEDY TAMÁS

THE ROLE OF DIGITALIZATION AND ITS POTENTIAL IMPACTS  
ON THE DEVELOPMENT OF TOURISM

### Abstract

After a dramatic downturn during the pandemic, tourism is now one of the sectors with the most significant rate of growth worldwide again. Digitalization and the emergence of new digital technologies have also transformed the tourism sector. Without digitalization, the development of tourism today would be unthinkable. Businesses that engage in digitalization and successfully apply new technologies will clearly gain a competitive advantage, thus, the importance of this issue is therefore unquestionable. In our study, we will briefly review the state of digitalization in tourism and explore its potential impact on tourism businesses, drawing on international literature. We will briefly touch upon the role of digitalization in crisis management and present its possible future development paths in tourism.

**Keywords:** digitalization, digital technologies, tourism development, small and medium-sized enterprises, Covid-19

### Bevezetés

A turisztikai ágazat jövőbeli növekedésére vonatkozó optimista perspektívát számos nemzet turisztikai stratégiája szorgalmazza és tartalmazza, amelyet sok szereplő és érdekelt fél együttműködésével dolgoztak ki (RAUSSER, G. et al. 2021; SEVEROVÁ et al. 2021). Ezt a jövőképet a folyamatban résztvevő szereplők azon meggyőződése támasztja alá, hogy a turizmusnak jelentős szerepet kell játszania a nemzetgazdaság kiegyensúlyozott fejlődésének támogatásában és a helyi társadalom jólétének növelésében. Ahhoz, hogy a turizmus hozzájáruljon a fenntartható társadalom megteremtéséhez, preventív és előrelátó intézkedéseket kell beépíteni minden jelenlegi turisztikai politikába és kezdeményezésbe.

A turisztikai ágazat érdekeltjei és a politikai döntéshozók segíthetnek olyan stratégiák és kezdeményezések kidolgozásában, amelyek támogatják a turisztikai szakembereket abban, hogy a környezet, a kultúra és a gazdaság fenntarthatósága szempontjából a legjobb döntéseket hozzák meg. Ez még a Covid-19 világjárvány idején is igaz volt, amikor szinte a teljes turisztikai ágazat összeomlott (HOQUE et al., 2020; DVORAK et al., 2020). A turisztikai ágazat intézményei mélyreható, eddig nem látott átalakuláson mennek keresztül, ami valószínűleg évtizedekig befolyásolni fogja az ágazat növekedését.

Ennek az átalakulásnak az egyik meghatározó folyamata a digitalizáció és az új digitális technológiák megjelenése és elterjedése a turizmusban és a turisztikai vállalkozásokban. A digitalizáció napjainkban olyan kulcsfontosságú tényező, amely a közeljövőben és hosszú távon át fogja alakítani a társadalmat és a gazdaságot. A digitalizáció hatása olyan nagy lesz, hogy sok szakember már az ipari forradalomhoz hasonlítja a jelentőségét. Elméleti tanulmányunk célja, hogy a digitalizáció tényleges és potenciális szerepét bemutassuk a pandémia utáni időszakban, rávilágítva arra, hogy a turisztikai vállalkozások számára milyen lehetőségeket és előnyöket tartogat a digitalizáció, valamint az új technológiák alkalmazása.

## Digitálisizáció, piac és vállalkozások

### *A digitalizáció elmélete*

A digitalizálás alapvetően az analóg információk (különösen fényképek, videók és szövegek) digitális formába történő átvitelét jelenti. A digitalizációra gyakran úgy hivatkoznak, mint a meglévő áruk vagy szolgáltatások digitális változatokká történő átalakításának képességére, amelyek előnyöket nyújtanak a valós tétellekkel szemben. A digitalizációt tanulmányunkban komplexebben értelmezzük a munkafolyamatok és tevékenységek egyszerű digitalizálásánál (PARVIAINEN, P. 2017). KARIMI, J. és WALTER, X. (2015) szerint a digitalizáció, más néven digitális átalakulás magába foglal minden olyan folyamatot, ahol a digitális technológia alkalmazása bármilyen átalakulásához vezet az emberi civilizáció fejlődésében. A digitális átalakulás a munkamódszerekben, funkciókban és üzleti ajánlatokban bekövetkező változásokat jelenti, amelyeket a digitális technológia bevezetése eredményez egy szervezetben vagy a vállalat működési környezetében. BRENNEN, S. J. és KREISS, D. (2016) a digitalizációt a digitális rendszerek vagy a számítástechnika intézmények, vállalkozások, nemzetek vagy más entitások általi elfogadásaként vagy fokozott felhasználásaként értelmezi. A digitalizáció hatására bekövetkező változások több szinten mehetnek végre: A folyamatok szintjén végbemenő változások magukba foglalják az új digitális technológiák bevezetését és az eljárások egyszerűsítését a manuális feladatok csökkentésével. A szervezeti szintű változások az új tevékenységek biztosítását, az elavult módszerek megszüntetését és a jelenlegi szolgáltatások új módszerekkel történő ajánlását jelentik. Az üzleti szintet a felelősségi körök és az értékláncok megváltoztatásában bekövetkező változások jelentik. A társadalmi szintet a társadalmi mechanizmusok változásai képviselik (pl. a munka típusa, a döntéshozatal befolyásolásának eszközei) (DEGRYSE, C. 2016).

Tanulmányunkban elsősorban az üzleti szintű változásokra koncentrálunk, különös hangsúlyt fektetve arra, hogy a vállalkozások hogyan kezelhetik az átalakulást és milyen hasznot húzhatnak belőle. A digitalizáció potenciális előnyei jelentősek lehetnek: például az adatműveletek digitalizálásával a kiadások akár 90%-kal is csökkenthetők, az átfutási idők pedig több nagyságrenddel lerövidíthetők. A papír és a kézi eljárások szoftverrel való helyettesítése lehetővé teszi a cégek számára, hogy adatokat gyűjtsenek, s ezek segítségével magyarázzák a folyamatok hatékonyságát, a kiadásokat és a kockázati tényezőket (PARVIAINEN, P. 2017). A vezetők a digitális folyamatok teljesítésével kapcsolatos valós idejű elemzések és platformok segítségével megoldhatják a problémákat, mielőtt azok jelentőssé válnának. SABBAGH, K. et al. (2013) szerint a digitalizáció inkrementális gazdasági fejlődést biztosít: a digitalizáció legfejlettebb szintjén lévő nemzetek 20%-kal több gazdasági előnyt élveznek, mint a kezdeti szinten lévők (KARIMI, J. – WALTER, X. 2015).

A digitalizáció bizonyítottan csökkenti a munkanélküliséget, javítja az életminőséget és növeli a polgárok hozzáférését a szociális létesítményekhez. Végül a digitalizáció lehetővé teszi a kormányok számára, hogy átláthatóbbá és hatékonyabbá tegyék működésüket.

Bár a digitalizáció jelentőségét széles körben elismerik, a vállalkozások gyakran küzdenek azzal, hogy megértsék a digitalizáció potenciális hatásait és előnyeit (AL-BAIK, O. – MILLER, M. 2014). A valóságban a digitális átalakulásnak számos akadálya van. A digitális átalakulási program HENRIETTE, E. et al. (2015) szerint olyan digitális képességek fejlesztését jelenti, amelyek lehetővé teszik az üzleti modellek módosítását. Ez a folyamat az egész vállalkozást érinti, beleértve a működési folyamatokat, az eszkö-

zöket, a belföldi és külföldi ügyfeleket. Ez általában jelentős változásokat eredményez a szokásokban és a munkamódszerekben, amelyek az együttműködésre és a kapcsolatokra épülnek (EISENHARDT, K. M. – GRAEBNER, M. E. 2007).

Az érett vállalkozások gyakran rendelkeztek meghatározott digitális stratégiával, valamint olyan együttműködési kultúrával és vezetéssel, amely ösztönözte az átállást és támogatta a kockázatvállalást. A vállalati erőforrás-tervezés alacsony szintű elfogadása sok kis- és középvállalatra jellemző, ami gyakran a korábbi generációk információkezelésének volt köszönhető. A digitális átalakulás sok vállalat esetében azért nem lett sikeres, mert a vállalatok nem módosították elképzeléseiket és eljárásaikat, és nem alakítottak ki olyan kultúrát, amely elősegítette a digitalizációval járó módosításokat (AL-BAIK, O. – MILLER, J. 2014). A digitalizáció leggyakoribb akadályai az átfogó digitalizációs terv hiánya és az egymásnak ellentmondó lebonyolítási rend, valamint a biztonsági problémák és a korlátozott technológiai képességek voltak. Mint korábban említettük, a digitalizáció a vállalatok számos elemére hatással van, mint például az információs technológia, a menedzsment és az üzleti keretek, az áruk és szolgáltatások, a helyi és globális eljárások, a szervezeti és vállalati kultúra (EISENHARDT, K. M. – GRAEBNER, M. E. 2007). A digitalizáció hatását, különösen a digitális átalakulást, tanulmányunkban a nemzetközi szakirodalomból ismert esettanulmányok segítségével mutatjuk be. Végül a létrehozott szintézist – egy fogalmi keretmegközelítést – adjuk meg és vizsgáljuk meg.

A digitális megközelítésmódhoz és a digitális átalakuláshoz szervezeti átalakításokat olyan integratív tanulmányokon keresztül, mutatják be, amelyekben meghatározó az innovációs teljesítmény, a funkcionális struktúrák, a szervezeti technika és készség, valamint a digitális érettségi modellek kérdésköre és amelyekben a vállalati rendszereket és a szervezeti hagyományokat a digitális technológiák kiaknázásához kapcsolják. A legújabb projektek szélesebb perspektívákat neveztek meg, alapvető paradigmaváltásokat és társadalmi hatásokat feltételeztek a kontextuális tényezőkben, illetve átfogóbb intézkedéseket és módszereket vázoltak fel a digitális átalakulás kezelésére egyes ágazatokban vagy működési funkciókban, vagy akár szélesebb körben, a társadalom különböző szintjein vagy szegmenseiben. Más próbálkozások célja az volt, hogy meghatározzák azon tudományos és ismeretbeli hiányosságokat, amelyek akadályozzák a produktív digitális átalakulási kezdeményezéseket. A digitalizáció jelenleg divatos téma a nem tudományos publikációban is: számos adat, tanulmány és blogbejegyzés érhető el a témában. Emellett tanácsadó cégek olyan termékeket és szolgáltatásokat fejlesztenek ki, amelyek segítik a vállalkozásokat a digitális átállásban. Mivel azonban ezek a források gyakran feltételezéseken és előrejelzéseken alapulnak, a vállalkozások számára nehéz felmérni, hogy az információk mennyire hitelesek és alkalmazhatók a saját szcenáriójukra (TAN, T.C.F. et al. 2016).

### *A digitalizáció piaci hatásai*

Még a legstabilabb piacokat is megzavarhatja egy új, modern technológia megjelenése. Az ENSZ fenntartható fejlődési céljait pozitívan és negatívan is befolyásolhatják ezen technológiák (DE CARLO, M. et al. 2021). Másrészt a turizmust és vendéglátást tanulmányozó szerzők felhívják a figyelmet arra, hogy kevés kutatás van arra vonatkozóan, hogy a mesterséges intelligencia alapú megoldások, a virtuális alkalmazások és az intelligens technológiák bevezetése hogyan változtatják meg a jövőben a fogyasztók és a munkavállalók egymás közötti interakcióját (LALICIC, L. – WEISMAYER, C. 2021).

Mint korábban említettük, a digitalizáció már most is hatással van az üzleti környezetre és a vállalati működésre. A digitalizáció hatással lehet egy vállalat teljes működési környezetére és belső működésére (DEGRYSE, C. 2016). A digitalizáció új üzleti lehető-

ségeket is kínálhat, megváltoztathatja az értéklánc résztvevőinek feladatkörét. A digitalizáció az ellátási láncban a régi közvetítők megszüntetését és új közvetítők létrehozását is eredményezheti. Ez olyan tényezőknek tulajdonítható, mint a közvetlen ügyfélelérhetőség és az okostelefonok egyre gyakoribb használata (PARVIAINEN, P. 2017). Ennek eredményeképpen a digitalizáció hatásai és céljai a kis- és középvállalkozások szempontból az alábbiak szerint jelentkeznek: a) Belső hatékonyság, azaz a digitális módszerekkel és a belső műveletek újratervezésével javított munkamódszerek; b) Külső lehetőségek, azaz új üzleti lehetőségek a meglévő üzleti területeken (új termékek, több ügyfél megszerzése stb.); c) Megszakító változás: a digitalizáció teljes változást idéz elő a vállalati feladatokban (KARIM, J. – WALTER, Z. 2015).

A digitalizációból származó belső hatékonyságnövekedés a vállalati folyamatok termelékenységének, minőségének és stabilitásának növekedését foglalja magába a manuális fázisok megszüntetésével és a nagyobb pontosság elérésével. A strukturált adatok és a strukturálatlan információk összevonásával, a szervezeti adatok jobb biztosításával és a különböző forrásokból származó információk kombinálásával a digitalizáció jobb valós idejű képet is adhat a műveletekről és az eredményekről. Továbbá a digitalizálás javíthatja a dolgozók munkával való elégedettségét és a rendszeres feladatok automatizálásával, időt szabadítva fel ezáltal az új képességek elsajátítására. A digitalizálás, a nyilvántartások szabványosítása és a gyorsabb biztonsági mentések a vállalkozás hatékonyságát is növelik. A külső lehetőségek a gyorsabb reakcióidőt és a jobb ügyfélkiszolgálást, valamint az új üzleti modelleket foglalják magukba. Az új digitális technológia új lehetőségeket nyithat meg az új szolgáltatások vagy a korszerűsített ügyfélkínálat számára (KARIMI, J. – WALTER, X. 2015). A diszruptív változások azok, amelyek a szervezet működési környezetében a digitalizáció miatt következnek be. Például egy cég jelenlegi tevékenysége elavulttá válhat a megváltozott környezetben (pl. a számlák manuális kezelése elektronikus számlára változik). Másrészt a digitalizáció teljesen új üzletágak kialakulásának lehetőségét is magában hordozza, például egy e-számla szolgáltatóval való kiegészülés formájában (EISENHARDT, K. M. – GRAEBNER, M. E. 2007).

A digitális technológia és a digitális gazdaság fogalmának akadémiai diskurzusba kerülése annak az egyedülálló technológiai fejlődésnek köszönhető, amely a távközlési szolgáltatások, az információs technológia és a találmányok komplex elegyét foglalja magába. A digitális gazdaságot a digitális technológia aktív alkalmazása és felhasználása jellemzi az adatok tárolásában, elemzésében és továbbításában az emberi tevékenységek minden területén. A digitális technológia alkalmazása az idegenforgalmi ágazatban újszerű lehetőségeket teremt a nemzetgazdaság növekedésére és a lakosok életminőségének a javítására (NIKOLSKAYA, E. Y. 2019).

## **Digitális technológiák a turizmusban**

### *Aktuális fejlődési tendenciák*

A gyakorlatban a digitalizáció kulcsfontosságú erőforrása a korlátlan, pontos, megbízható, valós és időszerű adatok megléte. A korlátlan hozzáférésű internet pedig a digitális piac növekedésének elsődleges platformja (LEVCHENKO, T. P. 2018). Kormányzati stratégiával a digitális technológia fellendítheti a turisztikai ágazat növekedését, és ily módon hozzájárulhat a munkahelyteremtéshez és a lakosok életminőségének a növeléséhez. PARSHIN, V. Y. (2019) szerint a digitalizáció bevezetésének a turisztikai ágazatban három téren kell érvényesülnie:

- 1) Technológiai téren, amelyben minden technikai és technológiai megoldásnak strukturálnak, biztonságosnak és igazoltnak kell lennie.
- 2) Intézményi és gazdasági téren, ami lehetővé teszi az elektronikus dolgokon alapuló új irányítási rendszerek és kereskedelmi koncepciók vállalását, végül
- 3) Ipari IoT téren, valamint a blockchain technológiában és annak intézményi hátterében (BLOKHINA, 2018).

A turizmus digitalizációja, valamint a digitális technológiák alkalmazása a turisztikai üzletágban az utóbbi időben mainstream témává vált. Az utazóknak kínált első digitális szolgáltatások a szállásfoglalási és jegyvásárlási platformok voltak, ezek közül kiemelhetők a Booking.com és az Avia értékesítési platformjai. Napjainkban lehetetlen elképzelni egy utazást a digitális média használata nélkül (LEVCHENKO, T. P. 2018). A digitalizációban a kulcsszereplő az ügyfél, aki az ajánlások, személyes tapasztalatok és ismeretek, valamint promóció alapján választ turisztikai terméket (NIKOLSKAYA, E. Y. 2019). Kutatási eredmények is alátámasztják, hogy a digitális alkalmazások szerepe az utazások tervezésében nő. Az utasoknak csak 51%-a vásárolt utazási irodák által kínált utazásokból és turisztikai termékek megvásárlása során a turistáknak csak nagyjából egyharmada keresi fel személyesen az utazási irodát. Az európai látogatók többsége, és világszerte az összes utazó több mint fele ma már a digitális turisztikai alkalmazásokat választja az útvonaltervezés során (PARSHIN, V. Y. 2019).

A 21. században tehát a digitális turizmus többféle formában jelenik meg, amelyek közül az egyik az utazási irodák által kínált utazások online vásárlása. Az ilyen szolgáltatásokat nyújtó weboldalak közé tartozik többek között a My burning trip keresőmotor, az Avianca utazási kereső algoritmus, a Travelata.ru internetes foglalási áruház. Az elmúlt évtizedben elterjedtek azon szolgáltatások, amikor a cégek előre meghatározott paraméterek alapján keresőmotorok segítségével kínálják utazási irodák szolgáltatásait, figyelembe véve az egyéni preferenciákat és igényeket. Ezek az internetes források biztosítják a last minute utak felfedezését, valamint az utazási árak változásainak nyomon követését, ily módon a fogyasztók az optimális pillanatban vásárolhatják meg a turisztikai terméket (ANISKIN, V. N. 2019). A turizmus digitalizációjának legújabb lépése az olyan okostelefon platformok létrehozása volt, amelyek az utazások és kirándulások megtervezésére és végrehajtására használhatók. A potenciális fogyasztók 2018-ban gyakrabban használtak mobilalkalmazásokat tömegközlekedési szolgáltatások felkutatására, mint 2017-ben (BLOKHINA, O. A. 2018). A keresésükre vonatkozó lekérdezések 63 százalékkal emelkedtek az év során. A vonatjegyekre vonatkozó keresési lekérdezések 51%-kal emelkedtek 2018-ban 2017-hez képest, míg a turisztikai cikkekre vonatkozó keresési lekérdezések 64%-kal nőttek. Az okostelefon-alkalmazások széles körű használata ellenére érdemes megemlíteni, hogy az utazások vásárlása mobil platformokon keresztül jelenleg még nem túl elterjedt. Ennek legfőbb oka, hogy a foglalás során az utazóknak meg kell adniuk személyes adataikat, ami egyelőre inkább visszatartó erővel hat a turisztikai piacon (ANISKIN, V. N. 2019). A turizmus digitalizálása a blokklánc technológia segítségével is megvalósítható. Ez a módszer a turisztikai szolgáltatásvásárlásokra vonatkozó adatok egyetlen digitális területen történő elhelyezését jelenti, ami segíthet a turizmusban részt vevő szolgáltatóknak abban, hogy az ügyfelekre vonatkozó valós információkra összpontosíthasson és ezáltal testre szabott értékesítési promóciókat adhasson.

A digitális technológia fejlődése a turisztikai ágazatban tehát sokféle módon nyilvánul meg, például az utazási cégek által tervezett, teljesen előkészített utazási csomagok online megvásárlásától kezdve az okostelefonos alkalmazások fejlesztéséig. A digitalizáció a tapasztalatlan cégek és utazási vállalkozások fejlődését is segítheti online utazási oktatási rendszerek létrehozásával. A jövőben a turizmus digitalizációjának következ-

tében várható a hagyományos, fizikai irodákkal rendelkező vállalkozások kiszorulása a turisztikai szektorból, valamint az ügyfelek sajátos igényeihez igazodó, paraméteralapú utazástervezés előretörése. Ennek eredményeképpen azok a turisztikai vállalkozások, amelyek testre szabottabb lehetőségeket és szolgáltatásokat tudnak nyújtani az ügyfelek számára, versenyelőnyre tesznek szert, és hűséges, visszatérő ügyfelekre számíthatnak. Az állandó, visszatérő ügyfelek pedig garantálják az utazási vállalkozások hosszú távú fennmaradását (MOROZOV, M.A. – MOROZOVA, N.S. 2018).

### *Digitalizáció és turizmus a pandémia időszakában*

A Covid-19 pandémia idején bevezetett egészségügyi intézkedések súlyosan károsították a turisztikai ágazatot. Számos tanulmány tárta fel a pandémia turizmusra gyakorolt negatív hatásait, illetve maga a WHO (2020) és az UNWTO (2021) is elemezte a világvárodnak az emberi egészségre, a gazdaságra és a turizmusra gyakorolt hatásait. Az elmúlt években a tudományos elemzések a Covid-19 turisztikai hatásait elsősorban a makrogazdaság (OZILI, P. K. – ARUN, T. 2020), a sport és a tevékenységek, valamint a szállodaipar (THAMS, A. et al. 2020) szempontjából mutatták be. Viszonylag kevés tanulmány foglalkozott a pandémia turisztikai kkv-kra gyakorolt hatásaival: LU, Y. et al. (2020) a Covid-19 kínai kkv-kra gyakorolt átfogó hatását vizsgálta, BARTIK et al. (2020) a kisvállalkozások alkalmazkodását vizsgálta az Egyesült Államokban, CASALINO et al. (2019) pedig a kkv-k digitalizációját értékelte a világvárodnak idején. Több tanulmány foglalkozott a technológia alkalmazásával a válságkommunikációban, beleértve a virtuális beszélgetést, a valós idejű felvételt vagy a hangfelvételt (HEARIT, K. M. 1999). Figyelmén kívül hagyták azonban az újonnan megjelenő közösségi médiaplatformok peer-to-peer és kollaboratív technológiáinak hatását. Számos kísérlet (pl. GONZALEZ-HERRERO, A. – SMITH, S. 2008; PALEN, L. et al., 2007) elemzi a közösségi oldalak integrációjának hatását, például az egyén által fejlesztett tartalmak, az online közösségek és a tömeges együttműködésre való képesség hatását a válságkezelés különböző fázisaiban. Utóbbiak is többnyire anekdotikus és reprezentatív bizonyítékokat tárnak fel (REUTER, C. et al. 2011), a fő témák általában a reális magyarázatokon és ésszerű gondolkodásmódon alapultak és nem vették számításba a közösségi médiával történő visszaéléseket.

Több kutatási eredmény is alátámasztotta, hogy a digitális technológia szerepet játszott a Covid-19 járvány okozta válság kezelésében. Az országok általában támogatták a big data állományok, a mesterséges intelligencia (AI), a felhőtechnológia és más digitális platformok használatát a világvárodnak kezelésében, a vírusok nyomon követésében, a betegség kezelésében. A big data technológiák például óriási segítséget nyújtottak a valós idejű világvárodnak ellenőrzéshez és -követéshez. A digitalizáció a home office munkamódszer alkalmazásán keresztül sikeresen járult hozzá ahhoz, hogy a munkavállalók a digitális irodai alkalmazásoknak köszönhetően távolról és rugalmasan dolgozhattak (HAI, G. et al. 2020). A digitalizáció tehát segített a kkv-knak abban, hogy dinamikus kapacitásaik ösztönzésével sikeresebben reagáljanak a válságokra (VIAL, G. 2019). Napjainkban a digitális marketinget és a hálózati adatbázisokat egyre gyakrabban használják a válsággal összefüggő problémák (kapcsolattartás, interakciók) megoldásában (HUGHES, A. L. et al. 2008; LIU, S. B. et al. 2008).

### *A digitalizáció jövőbeli kilátásai a turizmusban*

A Covid-19 pandémia következtében a turizmus jelentős átalakuláson ment keresztül, és a turisztikai vállalkozásokra nagy nyomás nehezedett, hogy az üzleti modelljüket

átalakítsák és a digitalizációt felgyorsítsák. A vállalkozások folyamatos digitalizációja lehetővé teszi az összes erőforrás hatékony felhasználását és a fenntartható ellátási láncok létrehozását, így elősegíti az Agenda 2030 által meghatározott fenntartható fejlesztési célok elérését.

Az új technológiák alkalmazása mellett a digitalizáció az egyik legfontosabb tényező a turisztikai ágazat túlélésének biztosításában, mivel segít az utazók biztonságának növelésében, a látogatói élmény fokozásában, valamint a fenntarthatóság és a hatékonyság előmozdításában.

Következésképpen a digitalizáció elengedhetetlen a turisztikai ágazat továbbfejlődéséhez is. Ehhez a szállodáknak részt kell venniük a modernizációban és fel kell karolniuk az aktuális fejlesztési koncepciókat. A turizmus terén ezen koncepciók közül a következőket emelhetjük ki:

**Okos turizmus:** A vállalkozások hozzáférnek olyan digitális technológiákhoz, amelyek lehetővé teszik számukra, hogy a döntéshozatal elősegítése érdekében elemezzék az aktuális, világszerte rendelkezésre álló adatokat. Ezáltal valós idejű adatokhoz juthatnak, és időt takaríthatnak meg azáltal, hogy számos forrásból gyűjtenek információkat. Az okos turizmus olyan koncepció, amely a papírra fordított kiadások csökkentésével közelebb viszi a céget a „környezetbarát vállalat” elveihez (YIN, F. et al. 2022).

**Big data innovációk:** Lehetővé teszik a vállalkozások számára, hogy a látogatók ízlésére és igényeire szabott ajánlatokat nyújtsanak. A jobb bevételgazdálkodást az teszi lehetővé, hogy az adatgyűjtés során összegyűjtött információk felhasználásával összehasonlítókat végeznek, és előre láthatják a jövőbeli igényeket és trendeket.

**Érintésmentes technológiák:** A vállalkozások között, de különösen a szállodákban egyre inkább elterjed az érintésmentes technológia, ami az ágazat újjáéledése szempontjából kulcsfontosságú fejlemény. Az érintésmentes technológiák lehetővé teszik a vendégek számára, hogy mobilszelvével utaljanak pénzt, vagy bármilyen szolgáltatást lefoglaljanak, szállodai szállást kérjenek, és akár az apartmanjukat is elérjék. A személyes interakció elkerülése révén mindez megkönnyíti a szálloda ellenőrzését a várakozási idő csökkentésével, a sebesség növelésével és a biztonság fokozásával (DRAGOVIC, N. et al. 2018).

**Vállalati intelligencia:** A vállalkozások digitalizációja egyszerűbbé teszi az ügyfelekről szóló adatok gyűjtését és kezelését. A felhasználó aktivitása és tevékenysége nyomon követhető, így a vállalkozás megértheti és elemezheti vendégei fogyasztási szokásait, hogy javítsa élményeiket, és személyre szabott szolgáltatásokat nyújthasson.

**Intelligens turisztikai célpontok:** Ezeket azért hozták létre, hogy kielégítsék a látogatók egyedi szolgáltatások iránti igényeit. Az intelligens turisztikai célpontok olyan helyszínek, amelyeket a legmodernebb technológiai infrastruktúrával szerelték fel, biztosítva ezáltal a turisztikai régió hosszú távú növekedését. Ezen fejlesztéseket mindenki használhatja, a látogatók kapcsolódhatnak környezetükhöz és a fejlesztések emelik a hely meglátogatása során szerzett élmények színvonalát.

**Ókoalkalmazások:** Egyes vállalkozások meglátták a lehetőséget abban, hogy olyan saját alkalmazásokat fejlesszenek ki, amelyek a látogatók számára a lehető legátfogóbb ökoszisztémát biztosítják. Az alkalmazások fejlesztése során kiemelt figyelmet kap a fenntarthatóság kérdése és a vállalkozások a fenntarthatóságra összpontosító élményt nyújtanak. Ezáltal a vállalkozások a környezetre és az ökoszisztémára jobban odafigyelő turizmust ösztönzik.

**Adaptív és intelligens technológiák:** A vállalkozások olyan módszereket használhatnak szolgáltatásaik reklámozására, mint az „élő közvetítéses e-kereskedelem” vagy a közösségi hálózatokon keresztül történő élő közvetítések. Ezzel elősegítik az online vásárlást és kétirányú, interaktív párbeszéd jön létre a leendő ügyféllel (KAZAK, A.N. et al 2023; WANG, L. 2022).

## Következtetések

Az egyik első iparág, amely világszerte digitalizálta a vállalati működést, a turizmus volt. A turizmus következetesen és korán felkarolta a technológiai innovációkat és csatornákat, ahogy az információs és kommunikációs technológia elterjedt a világon. A digitális korban a turisztikai ágazat versenyképességének, fejlődésének és környezeti fenntarthatóságának fenntartása érdekében további innovációra van szüksége és új üzleti perspektívákat kell teremtenie.

A turizmusnak jelentős akadályokat kell leküzdenie a negatív gazdasági tendenciák megfordításához és a technológiai fejlődés teljes körű kihasználásához. Az ágazat az új szolgáltatások és megoldások élvonalába fog kerülni, ha sikerül gyors technológiai váltást végrehajtania, kihasználni az új hozzáadott értéket teremtő lehetőségeket, és átállni a digitalizáció által támogatott, ökológiailag és társadalmilag fenntarthatóbb üzleti modellekre. Ehhez nélkülözhetetlen új szemléletű marketing és menedzsment eljárások kidolgozása és alkalmazása.

## Köszönetnyilvánítás

A tanulmány az NKFIH K128717 számú „Progresszív városföldrajz – A városverseny meghatározó tényezői Magyarországon” projekt támogatásával készült.

---

ZHALA MAMMADOVA

BGE Vállalkozás- és Gazdálkodástudományi Doktori Iskola, Budapest  
mammadovajala2033@gmail.com

EGEDY TAMÁS

BGE KVIK Turizmus Tanszék, Budapest  
CSFK Földrajztudományi Intézet, Budapest  
egedy.tamas@uni-bge.hu

## IRODALOM

- AL-BAIK, O. – MILLER, J. 2014: Waste Identification and Elimination in Information Technology Organizations. – *Empirical Software Engineering* 19. 6. pp. 2019–2061.
- AKMEEMANA C. 2017: Blockchain takes off – How Distributed Ledger Technology Will Transform Airlines. – *Blockchain Learning Group – Blockchain research Institute*. 34 p.
- ANISKIN, V.N. – BUSYGINA, A.L. – ZAMARA, E.V. 2019: Optimization of the training process of specialists in tourism in the context of the digital economy. *Azimut of Scientific Research: Pedagogy and Psychology*, 8. 1. 29–32.
- BARTIK, W. – MARIANNE BERTRAND, M. – CULLEN, Z. – GLAESERD, E. L. – LUCA, M. – STANTON, C. 2020: The impact of COVID–19 on small business outcomes and expectations. – *PNAS* <https://www.pnas.org/doi/full/10.1073/pnas.2006991117>
- BLOKHINA, O.A. – BEKETOVA, O.N. – KUZMINA, E.E. – LEBEDEVA, O.E. – PODZOROVA, M.I. 2018: Improving the technology of innovation systems management at an enterprise. – *International Journal of Civil Engineering and Technology* 9. 13. pp. 137–143.
- BRENNEN, S.J. – KREISS, D. 2016: Digitalization. In: JENSEN, K.B. – CRAIG, R.T. – POOLEY J.D. – ROTHENBUHLER E.W. (eds.): *The International Encyclopedia of Communication Theory and Philosophy*. – John Wiley & Sons. pp. 1–11.



- CASALINO, N.–ŽUCHOWSKI, I.–LABRINOS, N.–MUÑOZ NIETO, A. L.–MARTIN JIMENEZ, J. A. 2019: Digital Strategies and Organizational Performances of SMEs in the Age of Coronavirus: Balancing Digital Transformation with An Effective Business Resilience. – *SSRN Electronic Journal* 82. pp. 347–380.
- DE CARLO, M.–FERILLI, G.–D'ANGELLA, F.–BUSCEMA, M. 2021: Artificial Intelligence to Design Collaborative Strategy: An Application to Urban Destinations. – *Journal of Business Research* 129. pp. 936–948.
- DEGRYSE, C. 2016: Digitalisation of the economy and its impact on labour markets. – Working paper 2016.02. Published by the European Trade Union Institute ETUI.
- DRAGOVIC, N.–STANKOV, U.–VASILJEVIC D. 2018: Contactless Technology As A Factor Of Tourism Industry Development – A Review Of Current Practices And Future Directions *Economic Themes* 56. 2. pp. 179–202.
- DROVAK M.–ROVNY P.–GREBENNIKOVA V.–FAMINSKAYA M. 2020: Economic impacts of Covid–19 on the labor market and human capital. – *Terra Economicus* 18. pp. 78–96.
- DVORAK, J.–KOMARKOVA, L.–STEHLIK, L. 2021: The effect of the COVID-19 crisis on the perception of digitisation in the purchasing process: Customers and retailers perspective. – *Journal of Entrepreneurship in Emerging Economies* 13. 4., pp. 628–647
- EISENHARDT, K. M.–GRAEBNER, M. E. 2007: Theory building from cases: Opportunities and challenges. – *Academy of Management Journal* 50. 1. pp. 25–32.
- GONZALEZ-HERRERO, A.–SMITH, S. 2008: Crisis communications management on the Web: How Internet-based technologies are changing the way public relations professionals handle business crises. *Journal of Contingencies and Crisis Management* 163. pp. 143–153.
- HAI, G.–YANG, Z.–HUANG, R.–GUO, A. 2020: The digitalization and public crisis responses of small and medium enterprises: Implications from a COVID–19 survey. – *Frontiers of Business Research in China* 14. Article number: 19. <https://doi.org/10.1186/s11782-020-00087-1>
- HEARIT, K. M. 1999: Newsgroups, activist publics, and corporate apologia: The case of Intel and its Pentium chip. – *Public Relations Review* 25. 3. pp. 291–308.
- HENRIETTE, E.–FEKI, M.–BOUGHZALA, I. 2015: The Shape of Digital Transformation: A Systematic Literature Review. – *MCIS 2015 Proceedings*. 10. <https://aisel.aisnet.org/mcis2015/10>
- HOQUE A.–SHIKHA F.–HASANAT M.–ARIF I.–HAMID A. 2020: The effect of coronavirus in the tourism sector. – *Asian Journal of Mutidisciplinary Studies* 3. pp. 52–58
- HUGHES, A. L.–PALEN, L.–SUTTON, J.–LIU, S. B.–VIEWEG, S. 2008: “Site–seeing” in disaster: An examination of online social convergence. – Proceedings of the 5th International ISCRAM Conference, Washington, DC.
- KARIM, J.–WALTER, Z. 2015: The Role of Dynamic Capabilities in Responding to Digital Disruption: A Factor-Based Study of the Newspaper Industry. – *Journal of Management Information System* 32. 1.
- KARIMI, J.–X. WALTER 2015: The role of dynamic capabilities in responding to digital disruption: A factor-based study of the newspaper industry. – *Journal of Management Information Systems* 32. 1. pp. 39–81.
- KAZAK, A. N.–SERGEEVA, E.–KUSHKHOVA, Z.–RYVKINA, O.–TSAY, E. 2023: Information Technologies and E-Commerce in Education in the Sphere of Tourism and Hospitality. – *E3S Web of Conferences* 371. 1.
- LALICIC, L.–WEISMAYER, C. 2021: Consumers’ Reasons and Perceived Value Co–Creation of Using Artificial Intelligence–Enabled Travel Service Agents. – *Journal of Business Research* 129. pp. 891–901.
- LEVCHENKO, T.P.–KORYAGINA, E.V.–RASSOKHINA, T.V.–SHABALINA, N.V.–LEBEDEVA, O.E. 2018: A project-based approach to ensuring the competitiveness of a region’s tourism–recreation complex. – *Journal of Environmental Management and Tourism* 32. 8–9. pp. 1707–1713.
- LIU, S. B.–PALEN, L.–SUTTON, J.–HUGHES, A. L.–VIEWEG, S. 2008: In search of the bigger picture: The emergent role of on–line photo sharing in times of disaster. – Proceedings from the 5th International ISCRAM Conference, May 5–7, Washington, DC. pp. 140–149.
- LU, Y.–WU, J.–PENG, J.–LU, L. 2020: The perceived impact of the Covid–19 epidemic: Evidence from a sample of 4807 SMEs in Sichuan Province, China. – *Environmental Hazards* 19. 4. pp. 1–18.
- MOROZOV, M.A.–MOROZOVA, N.S. 2018: A new paradigm of tourism and hospitality industry development in the context of the digital economy, *Bulletin of the Russian New University. – Series: Man, and Society* 1. pp. 135–141.
- NIKOLSKAYA, E.Y.–LEPESHKIN, V.A.–KULGACHEV, I.P.–POPOV, L.A.–ROMANOVA, M.M.–LEBEDEV, K.A. 2018: Methodological approaches to assessing the innovative potential of enterprises in the hotel business. – *Espacios* 39. 27. 9 p.
- NIKOLSKAYA, E.Y.–LEPESHKIN, V.A.–BLINOVA, E.A.–KULGACHEV, I.P.–ILKEVICH, S.V. 2019: Improvement of Digital Technology in the Tourism Sector. – *Journal of Environmental Management and Tourism* 10. 6. pp. 1197–1201.
- OZILI, P. K.–ARUN, T. 2020: Spillover of COVID–19: Impact on the Global Economy. <https://doi.org/10.2139/ssrn.3562570>
- PALEN, L.–VIEWEG, S.–SUTTON, J.–LIU, S. B.–HUGHES, A. 2007: Crisis informatics: Studying crisis in a networked world, Third International Conference on e–Social Science, Ann Arbor, Michigan. [https://cmci.colorado.edu/~palen/palen\\_papers/palen-crisisinformatics.pdf](https://cmci.colorado.edu/~palen/palen_papers/palen-crisisinformatics.pdf)

- PARSHIN, V. Y.–PARSHINA, M.V. 2019: Digital technology as a tool influencing consumer choice in tourism. – *Education and Science in Russia and Abroad* 2. 50. pp. 495–500.
- PARVIAINEN, P.–TIHINEN, M.–KÄÄRIÄINEN, J.–TEPPOLA, S. 2017: Tackling the digitalization challenge: how to benefit from digitalization in practice. – *International Journal of Information Systems and Project Management* 5.1. pp. 63–77.
- RAUSSER G.–STRIELKOWSKI W.–KORNEEVA E. 2021: Sustainable tourism in the digital age: Institutional and economic implications. – *Terra Economicus* 19. 4. pp. 141–159.
- REUTER, C.–MARX, A.–PIPEK, R. 2011: Social software as an infrastructure for crisis management: A case study about current practice and potential usage. [http://www.peasec.de/paper/2011/2011\\_ReuterMarxPipek\\_SocialSoftwareInfrastructure\\_ISCRAM.pdf](http://www.peasec.de/paper/2011/2011_ReuterMarxPipek_SocialSoftwareInfrastructure_ISCRAM.pdf)
- SABBAGH, K.–FRIEDRICH, R.–EL-DARWICHE, B.–SINGH, M.–KOSTER, A. 2013: Digitization for economic growth and job creation: regional and industry perspective. – *The global information technology report*. pp. 35–42.
- SEVEROVÁ L.–ŠRÉDL K.–PRAŠILOVÁ M.–SVOBODA R.–SOUKUP A.–DVOŘÁK M.–PRACHAŘOVÁ J. 2021: Change in the structure of the accommodation capacity of the Czech hotel industry under conditions of economic globalization. – *Sustainability* 13. 16. <https://doi.org/10.3390/su13169064>
- TAN, T. C. F.–TAN, B.–PAN, S. L. 2016: Developing a leading digital multi-sided platform: Examining its affordances and competitive actions in Alibaba. – *Communication of the AIS* 38. 1. pp. 739–760.
- THAMS, A.–ZECH, N.–REMPEL, D.–AYIA-KOI, A. 2020: An initial assessment of economic impacts and operational challenges for the tourism & hospitality industry due to COVID–19. – *IUBH Discussion Papers Tourismus & Hospitality*. 2/2020. pp. 1–16. <https://www.econstor.eu/handle/10419/216762>
- UNWTO 2021: Inclusive Recovery Guide – Sociocultural Impacts of COVID–Issue 2: Cultural Tourism. <https://www.e-unwto.org/doi/book/10.18111/9789284422579>
- VIAL, G. 2019: Understanding digital transformation: A review and a research agenda. *The Journal of Strategic Information Systems* 28. 2. pp. 118–144,
- WANG, L. 2022: Tourism Demand Forecast Based on Adaptive Neural Network Technology in Business Intelligence. – *Hindawi Computational Intelligence and Neuroscience*. <https://www.hindawi.com/journals/cin/2022/3376296/>
- WHO – World Health Organization. 2020: Global research on coronavirus disease COVID–19: <https://www.who.int/emergencies/diseases/novel-coronavirus-2019/global-research-on-novel-coronavirus-2019-ncov>
- YIN, F.–YIN, X.–ZHOU, J.–ZHANG, X.–ZHANG, R.–IBEKE, E.–IWENDI, M.G.–SHAH, M. 2022: Tourism cloud management system: the impact of smart tourism. – *Journal of Cloud Computing*. 11. 37. <https://doi.org/10.1186/s13677-022-00316-3>