

THE DIGITAL TRANSFORMATION PROCESS AND FUTURE TRENDS IN TOURISM SECTOR

Jasmina Risteska

Faculty of tourism and hospitality- Ohrid, N.Macedonia, jasminaristeska@rocketmail.com

Abstract: The internet has changed the way trips are planned, new destinations explored, bookings made, and etc. The development of technology and digitalization will bring a number of new challenges that will need to be answered but also opportunities that need to be used. The key impact of technology on tourism in the near future will be manifested in the integration of mobile technologies in hotel business processes and adaptation to new conditions in real time on the one side and digital interaction with guests on the other side. In a world where social networks are the first, smartphones are virtually inevitable, and digitalisation and internetization are spreading relentlessly around the world. So, for example, it would be perfectly normal to book and unlock a hotel room with a mobile phone, to use a tablet to adjust the climate, to turn on music, to get information about the selected destination and etc. The digitalized tourism sector must generate new business opportunities to ensure continued competitiveness, growth and sustainable development. The ultimate aim is to make a solid contribution to the achievement of the Sustainable Development Goals of the United Nations and the global development community. The application of modern technologies, artificial intelligence, augmented and virtual reality have resulted in a tourist offer that is more attractive, more efficient, inclusive and economically-socially and environmentally sustainable. Digitalisation has a positive impact on the environment, manufacturing innovation, smart devices and efficient use of resources that contribute to greater sustainable industry growth. Smart tools have transformed telecommunications and the media, offering a comprehensive model for smart travel - one that includes smart visas, borders, security processes and infrastructure, contributing to a new tourism revolution. By consolidating these tools, passengers can book flights and log in via the Internet, book boarding through their smartphones, go through automatic permit gates, and more. If they want to be competitive, hotels will have to offer guests the opportunity to choose and book accommodation through their electronic devices in the simplest possible way and get the required information. Emphasis is placed on technological solutions available on all platforms and operating systems that do not require high technological knowledge required for installation and use. The development of new applications and new software tools are significant challenge that the tourism sector will face in the future. In order to gain a competitive advantage, tourism operators must look for new ways to tailor their offer to their target audience, and digitalization is one of the ways to gain those competitive advantages.

Keywords: internet technology, digitalization, applications, challenges

ПРОЦЕСОТ НА ДИГИТАЛНА ТРАНСФОРМАЦИЈА И ИДНИТЕ ТРЕНДОВИ ВО ТУРИСТИЧКИОТ СЕКТОР

Јасмина Ристеска

Факултет за туризам и угостителство- Охрид, С.Македонија, jasminaristeska@rocketmail.com

Резиме: Појавата на интернетот го промени начинот на кој се планираат патувањата, истражувањето на новите дестинации, резервациите итн. Развојот на технологијата и дигитализацијата ќе донесат голем број на нови предизвици на кои ќе треба да се одговори но и можности кои е потребно да се искористат. Клучното влијание на технологијата врз туризмот во блиска иднина ќе се манифестира, во интеграцијата на мобилните технологии, во хотелските деловни процеси и адаптацијата кон новите услови во реално време од една страна и дигиталната интеракција со гостите од друга страна. Во свет каде се поголем примат заземаат социјалните мрежи, паметните телефони се практично неизбежни, а дигитализацијата и интернетизацијата незапирливо се шират низ целиот свет. Така, на пример, ќе биде сосема нормално да се резервира и отклучи хотелска просторија со мобилен телефон, да се користи таблет за да се прилагоди климата, да се вклучи музика, да се добијат информации за избраната дестинација и сл. Дигитализираниот туристички сектор мора да генерира нови деловни можности за да обезбеди континуирана конкурентност, раст и одржлив развој. Крајната цел е да се даде солиден придонес за постигнување на Целите за одржлив развој на Обединетите нации и глобалната развојна заедница. Примената на современи технологии, вештачката интелигенција, зголемената и виртуелната реалност резултираа во туристичка понуда која е попривлечна, поефикасна, инклузивна и економско- социјално и еколошки одржлива. Дигитализацијата има позитивно влијание врз животната средина, иновациите во производството, паметните уреди и ефикасно

користење на ресурсите кои придонесуваат за поголем одржлив раст на индустријата. Паметните алатки ги трансформираа телекомуникациите и медиумите и понудија сеопфатен модел за паметни патувања - оној што вклучува паметни визи, граници, безбедносни процеси и инфраструктура со што придонесе кон нова револуција во туризмот. Со консолидација на овие алатки, патниците можат да ги резервираат летовите и да се најавуваат преку Интернет, да резервираат пансиони преку своите паметни телефони, да поминат низ автоматски порти на дозвола и сл. Доколку сакаат да бидат конкурентни, хотелите ќе треба да им понудат на гостите можност да изберат и да резервираат сместување преку своите електронски уреди на наједноставниот можен начин и да ги добијат бараните информации. Акцентот е ставен на технолошките решенија достапни на сите платформи и оперативни системи кои не бараат високо технолошко знаење потребно за инсталација и употреба. Развојот на новите апликации и новите софтверски алатки претставуваат значаен предизвик со кои ќе се соочува туристичкиот сектор во иднина. Со цел да се стекнат со конкурентни предности, туристичките субјекти мораат да бараат нови начини да ја прилагодат нивната понуда до нивната целна публика, а дигитализацијата е еден од начините да се стекнат со тие конкурентни предности.

Клучни зборови: интернет технологија, дигитализација, апликации, предизвици

1. ВОВЕД

Паметните дестинации можат да го направат управувањето во туризмот поинклузивно со што ќе се обезбеди максимална достапност на производите и услугите, отстранувајќи ги бариерите за мобилност. Ова е причината зошто паметните дестинации се клучни за трансформацијата на туристичкиот сектор. Алатките засновани врз технологија, како што се големите системи за управување со податоци можат да им помогнат на менаџерите во прибирањето и обработката на голем обем на податоци за поголемо разбирање на влијанието на дигитализацијата врз туризмот и неговата одржливост. Најголемото општествено влијание на дигиталната трансформација во туризмот ќе биде ефектот врз работната сила во овој сектор. Иднината на туристичкиот сектор ќе биде базирана на технологија, така што работните места во туризмот ќе бараат технички и напредни вештини користени за ефикасно спроведување и управување со паметни иницијативи. Како и во другите економски сектори, интелигентната автоматизација ќе ја промени или искорени природата на некои работни места. Сепак, растот на дигитализацијата, исто така, ќе генерира нови можности за вработување што би можеле да ја надминат автоматизацијата на постојните улоги, особено што се предвидува силен раст на туристичкиот сектор. Стартапите и микро, малите и средни претпријатија, кои се двигатели на технологијата заснована на иновации и претприемништво во туризмот, ќе преземат сè поголема улога во развивањето на вештините потребни за работни места во иднина. Затоа е неопходно да се даде приоритет во зајакнувањето на почетните активности со што овие претпријатија ќе станат интегрални делови на синџирот на вредности на туризмот со цел да го зајакнат образованието, обуките и политиките засновани врз технологија и вештини како и обуки и политики кои ќе стимулираат иновации и вработување.

2. ПРЕГЛЕД НА ЛИТЕРАТУРА И МЕТОДИ НА ИСТРАЖУВАЊЕ

Кога станува збор за процесот на дигитализација врз кој ќе функционира туристичкиот сектор, во литературата постои скроман број на истражувања, со оглед на тоа што овој процес на трансформација е сеуште во почетната фаза. За да се обезбеди успех на дигиталната трансформација, деловните субјекти во туризмот мораат да се фокусираат на дигиталната стратегија, дигиталното лидерство и дигиталната култура. Дигитална стратегија значи дека највисокото раководство треба да опфаќа дигитални вредности во цела организација и да развие јасна насока и посветеност во текот на дигитализацијата. (<https://knepublishing.com/index.php/KnE-Social/article/view/2763/5981>). Дигиталното лидерство е важен елемент за да се обезбеди дигитална имплементација низ целата организација. Брабин и Клејтон (2016). Дигиталната култура во компанијата се однесува на обликувањето и функционирањето на нејзините внатрешни процеси и начинот на кој се гледа од надворешниот свет. Харсак, Шмаус и Димтрова (2013). Исто така ќе укажеме и на фазите на развој на технологиите во туризмот. Dredge, D., Phi, G., Mahadevan, R., Meehan, E. & Popescu, E.S. (2018). Развојот на иновациите и идните дигитални трендови укажуваат на зголемениот број на патници и поддршка за нови работни места. E. Velikova (2019). Тоа можеме да го согледаме преку извештаите на Светската туристичка организација (<https://www.unwto.org/digital-transformation>), како и преку документите на Меѓународното здружение за воздушен сообраќај (ИАТА) (<https://www.worldbank.org/en/news/feature/2018/09/25/digital-platforms-and-the-future-of-tourism-a-world-tourism-celebration>). Во овој труд исто така ќе укажеме и на неколку дигитални платформи кои веќе функционираат во туристичкиот сектор, како што се: Hoteza Mobile и Hoteza HotPad, AccorHotels, Jumia Travel, Rijeka Marketplace и сл. (<https://www.bug.hr/smart-city/rijeka-marketplace--digitalizacija-turisticke>

destinacije-putem-blockchaina-10482). Ќе укажеме и на процесот на дигитализација во туризмот во нашата земја (<https://www.pravdiko.mk/turizmot-vo-makedonija-postojano-ke-raste/>). За реализација на целта која сме ја поставиле при конципирањето на ова истражување, најчесто се водевме од дедуктивниот метод, односно поаѓавме од општите законитости и принципи ги откривавме посебните. При разработката се презентираат официјални податоци изнесени во сите видови на документи како што се извештаите од Светската туристичка организација и соопштенијата на меѓународните релевантни веб страни. Истражувањето главно се темели на примена на секундарни методи на истражување. Теоретските основи на истражувањето и современите трендови во доменот на влијанието на дигиталните развојни трендови врз туристичкиот бизнис се реализира преку проучување на научна и стручна литература, извештаи, документи и други извори. Во истражувањето се користени релевантни студии и анализи што се однесуваат на современите концепти во меѓусебната и взаемна поврзаност и влијание на дигиталните развојни процеси и развојот на туристичкиот сектор.

3. РЕЗУЛТАТИ ОД ИСТРАЖУВАЊЕТО

Процесот на дигитализација на туристичкиот сектор ќе помогне да се зголеми неговата конкурентност, бидејќи клиентите ќе имаат подобар квалитет на услугата, а компаниите за туристички услуги ќе добијат поголеми приходи од нивните активности. Користењето на можностите на иновативни и дигитални технологии во областа на туризмот има позитивно влијание со што истиот се одликува со поголема конкурентност во современиот дигитален свет. Развојот на иновативните процеси игра значајна улога во развојот на туризмот. Тој придонесува за поголема конкурентност на туристичкиот сектор, зголемување на работните места, зголемување на бројот на патници и сл. Според, Светската туристичка организација (UNWTO) во 2017 година, меѓународните патувања на туристи достигнаа нов рекорд над 1,3 милијарди додека, 10,4% од БДП во 2017 година туристичката индустрија поддржа 313 милиони работни места или 1 на 10 работни места на глобално ниво⁴⁶. Меѓународното здружение за воздушен сообраќај (ИАТА) проценува дека бројот на патници во 2035 година ќе изнесува 7,2 милијарди, што е скоро двојно од 3,8 милијарди регистрирани во 2016 година, а во текот на следните 20 години ИАТА предвидува дека годишната стапка на раст на патниците ќе достигне 3,7%⁴⁷. Според овие податоци туризмот ќе претрпи масовна трансформација особено како резултат на напредокот во информатичките технологии и процесите на дигитализација. Може да се идентификуваат три клучни фази на развој на технологијата во туризмот.

- Во последната декада на 20 век (1990-2000), воведувањето на интернетот им овозможи на носителите на туристичката дејност да ја користат технологијата како алатка за маркетинг. Веб-страниците почнаа да ги заменуваат хартиените материјали за маркетинг, организациите за управување станаа „брокери на информации“, мрежните системи за резервација започнаа да ги олеснуваат деловните трансакции, а дистрибутивните системи олеснија зголемена координација низ целата индустрија.
- Помеѓу 2000 и 2010 година интернетот го консолидираше своето место како клучен извор на информации за патниците, а напредокот во интернет технологиите овозможи виртуелен пазар каде производите и услугите може да се пребаруваат, споредуваат и плаќаат. Се појавија иновативни посредници преку интернет, како што е „Експедиа“ и „TripAdvisor“, каде што туристите сè повеќе резервираа и завршуваа електронски трансакции преку интернет, што пак го олесни проширувањето на глобалните пазари.
- Од 2010 година, напредокот како што се компјутери и мобилни технологии, зголемена виртуелна реалност, GPS зголемена интеграција и интероперабилност на дигиталните системи ги олеснија меѓусебната поврзаност помеѓу дигиталниот и физичкиот свет. Во комбинација со колаборативни платформи за социјални медиуми и веб 2.0 што ја олеснуваат содржината генерирана од корисници, овие достигнувања отворија нови и иновативни можности за развој на производи што го забрзаа глобалното достигнување на туристичките компании⁴⁸.

⁴⁶ <https://www.worldbank.org/en/news/feature/2018/09/25/digital-platforms-and-the-future-of-tourism-a-world-tourism-celebration>

⁴⁷ <https://www.goodrebels.com/tourism-sector-impact-digitalization/>

⁴⁸ Dredge, D., Phi, G., Mahadevan, R., Meehan, E. & Popescu, E.S. (2018) Digitalisation in Tourism: In-depth analysis of challenges and opportunities. Low Value procedure GRO-SME-17-C-091-A for Executive Agency for Small and Mediumsized Enterprises (EASME) Virtual Tourism Observatory. Aalborg University, Copenhagen.

Дигиталните апликации се новите алатки со чија помош ќе функционира туризмот во иднина. Тоа значи дека примената на нови дигитални софтверски решенија ќе бидат единствената насока кон која ќе се придвижува туристичкиот сектор. Во овој дел од трудот ќе укажеме само на неколку дигитални платформи како што се: Hoteza Mobile и Hoteza HotPad- апликации кои ги нудат сите потребни информации поврзани со престојот во хотел, овие апликации можат да се користат на 68 јазици, на уреди со Android или iOS и можат да бидат интегрирани со кој било хотелски систем (PMS, RMS, IPTV, POS). Со можност за директна комуникација со гостинот, апликациите и системот како целина му обезбедуваат на угостителот богатство на податоци и информации со кои може да ја подобри својата деловна активност⁴⁹.

Апликацијата AccorHotels им овозможува на клиентите да доживеат totally потопување со виртуелната реалност користејќи ги своите паметни телефони. Покрај тоа, таа обезбедува над 2.000 туристички дестинации и 4.200 адреси за да се потврди нејзината важност и примена. Jumia Travel која користи екстранет апликација и на Android и на iOS оперативни системи за паметни уреди во својата стратегија користи врвна технологија за понатамошно зајакнување на своите хотелски партнери на сите пазари. Алатката им овозможува на менаџерите на хотелот да ги потврдат и да ги видат нивните дојдовни резервации, да ги менуваат стапките и да ја ажурираат достапноста по сопствена удобност. Со интегрирање на повеќе канали компанијата им дава на своите клиенти и хотели контрола над нивните резервации, намалувајќи го стандардното време на проверка и зголемување на ефикасноста што се карактеризира со „прва мобилна“ адаптација⁵⁰.

Rijeka Marketplace е иновативна дигитална платформа развиена на blockchain технологија и претставува основна инфраструктура за развој на паметна дестинација на Риека и околината. Rijeka Market на претприемачите им обезбедува платформа за рекламирање и продажба на производите и услугите, додека на посетителите им обезбедува инфраструктура за информации, а до крајот на 2019 година, Rijeka Market обезбеди препознатлива и ефикасна платформа за брз развој на туристичките потенцијали на Риека и создаде технолошки и комерцијални предуслови за континуиран раст на посетите и потрошувачката. Оваа дигитална платформа им овозможува на давателите на услуги поголема прегледност и безбедна продажба на услуги, преку интернет порталот www.rijekamarketplace.com. На посетителите им нуди голем избор на лесно достапни услуги, кои се користат со само неколку кликања, преку дигитален паричник, инсталиран на мобилниот телефон на корисникот. Сето ова е можно благодарение на единствената технологија на blockchain во позадина, која гарантира дека секоја трансакција е многу посигурна за давателот на услугата и нејзиниот потрошувач. Набавките на www.rijekamarketplace.com се направени со помош на специјална апликација „Риека паричник“ креирана во технологија на blockchain во која сите услуги можат да се користат со максимална заштита на приватноста и најголема безбедност. Со само една апликација, може да се купат и користат билети на пример за настани, музеи, галерии, ресторани, тури за разгледување, а понудата ќе биде постојано ажурирана и проширена. Сите индивидуални организатори и даватели на услуги немаат договорни обврски едни со други, а на клиентите им е дадена можност да ги купат сите услуги и производи. Проектот е особено важен како подготовка на инфраструктура за 2020 година, кога Риека станува Европска престолнина на културата и кога градот и поширокиот регион се очекува да го посетат голем број гости, кои следат културни програми. Преку овој проект, Риека започна нов тренд на дигитализација и примена на најмодерната технологија во туризмот и со тоа се стави на меѓународната мапа како прва дестинација во однос на примена на иновации за потребите на паметен град. Проектот во првата фаза е конципиран за Риека, но со имплементацијата што во моментот се спроведува, се нуди и ќе се нуди соработка за други дестинации⁵¹.

4. ДИСКУСИИ ОД ИСТРАЖУВАЊЕТО СО ПОСЕБЕН ОСВРТ НА ПРОЦЕСОТ НА ДИГИТАЛИЗАЦИЈА НА ТУРИЗМОТ ВО РСМ

Релевантните засегнати страни продолжуваат да ги прифаќаат технолошките промени во обид да обезбедат релевантни решенија погодни за новото дигитално опкружување. Светската туристичка организација ја истакна важноста на туризмот и технологијата, во обезбедување можности за иновации и создавање работни места во иднината. Иновациите се дел од решението за предизвикот со континуиран раст поодржлив и одговорен туристички сектор. Туристичкиот сектор, веќе неколку години наназад доживува огромни промени. Имено, со појавата на сервиси како Booking и Airbnb туристичките компании полесно го губат своето место, безнадежно обидувајќи се да конкурираат на бизнис модел кој нуди поатрактивни производи и

⁴⁹ <https://www.netokracija.com/turizam-digitalizacija-hotelski-sustavi-hoteza-114638>

⁵⁰ <https://www.eturbonews.com/226045/importance-of-innovation-and-digitalization-in-growing-tourism/>

⁵¹ <https://www.bug.hr/smart-city/rijeka-marketplace--digitalizacija-turisticke-destinacije-putem-blockchaina-10482>

услуги. За да го задржат своето место помеѓу корисниците, тие се почесто се фокусираат на аранжмани кои нудат пакет услуги- вклучувајќи превоз, храна, дополнителни авантури. Ова, накратко, е правецот во кој туризмот полека се развиваше, притоа нудејќи подобра услуга за се помала цена. Она што ја движеше оваа промена е се поголемиот пристап до интернетот, и начинот на кој тој се користи кога е во прашање туризмот. Скоро и да нема човек кој пред тргнување на одмор детално не се информира за местото, понудите, цените и останатите занимливости користејќи интернет конекција. Ова е можност за многу компании лесно да направат сегментација на своите посетители и да се фокусираат на еден сосема поинаков маркетинг. Но да видиме како ова влијае врз нашата земја. Ако низ минатото единствениот начин за носење туристи беше преку отварање на туристичко биро во странска држава, сега целиот процес изгледа далеку полесно. Многу хотели а и приватни лица, огласуваат онлајн и на тој начин се поврзуваат директно со странски посетители. Она што е тренд во светот и на кое Македонија треба позначајно да работи е дигитализацијата на туризмот. Технолошки поткованата пред се помлада генерација има специфични потреби за комуникација, потрошувачка и туристичко доживување. Влијанието на технологиите е огромно, од виртуелната до фактичка реалност. Дигиталната трансформација е важна за целиот туристички сектор, а целта е да се направи системот поефикасен, каде самата содржина ќе го поврзе системот на туристички табли и на едно место ќе им обезбеди на сите туристи целосни информации за туристичката понуда. Кога станува збор за системот е-посетител тој ќе се подигне на повисоко ниво, а ќе бидат сегментирани податоци за гости од базата на податоци, ќе доведе до квалитетни анализи на кои може да се темелат идните маркетинг кампањи. Исто така, во однос на функционалноста и видливоста, е-посетителот ќе доживее некои подобрувања и промени. Преку реализација на целиот проект, ќе се зачекори во нова дигитална доба што ќе значи многу за туризмот во иднина. Со оглед на тоа што нашата земја заостанува во поглед на развојот високотехнолошки и напредни интернет технологии, се поставува прашањето како истата ќе одговори на ваквите динамични трендови. Инсталирањето на нови софтверски апликации кои ќе гарантираат сигурност и безбедност на туристите, понуда на поатрактиви производи и услуги како и нови дигитални решенија (автоматизација, роботика, виртуелна реалност и сл.) ќе бидат следните трендови преку кои ќе функционира туристичкиот сектор. Туристичките компании мораат да бидат подготвени да ги прифатат идите предизвици со кои се соочува туризмот, иднина исполнета со можности за развој и да одговорат на потребите и барањата на потрошувачот кој има пристап до повеќе информации и е повеќе поврзан од кога било. Во исто време, хотелите во моментот се соочуваат со предизвици во две главни области. Прво, да се зголеми продажбата преку директни канали, нешто што е покомплицирано преку можностите што им ги нудат на потрошувачите на нивните платформи. За хотелските субјекти кои се веќе позиционирани на пазарот или имаат лојални потрошувачи, продажбата преку сопствени канали е полесна, но за мнозинството, сè зависи од нивната способност и нивниот капацитет на адаптација. Второ, тие мора да се решат - или уште подобро, да се прилагодат на економијата на соработка. П2П платформите како AirBnB, кои го водат патот во овој сектор, им нудат на потрошувачите нов начин за резервација, на сместување со уште повеќе опции за избор. Според иницијативата за дигитална трансформација на Светскиот економски форум (ДТИ), од 2016 до 2025 година, дигитализацијата во авијацијата, патувањето и туризмот се очекува да создаде вредност од 305 милијарди американски долари преку зголемена профитабилност и да генерира приходи во вредност од 700 милијарди американски долари. „Технологијата ја опфаќа секоја област на туризам и мора да и се даде најголем приоритет при развој на работната сила за индустријата“, се вели во извештајот за 2016 година од Светската организација за патувања на Обединетите нации⁵².

5. ЗАКЛУЧОК

Туризмот е еден од најбрзорастечките и најважните економски сектори во светот што дава придобивки и за заедниците домаќини и за дестинациите. Бумот во дигитализацијата започна на почетокот на милениумот и ќе трае и во наредните неколку години. Социјалните мрежи се повеќе ја преземаат главната улога во активностите на туристичкиот сектор кој исто така се менува како резултат на социјалните мрежи. Апликациите стануваат сè попопуларни и има сè повеќе апликации на хотели и тур-оператори. Хотелските апликации треба да бидат едноставни и разбирливи за секој посетител и пред сè, корисни: да содржат упатства за јазик, разговори за будење, резервации за ресторани, итн. Дигитализацијата ќе биде насекаде и слободно достапна. Понудата на паметен телефон од хотелот со претходно инсталирани апликации и интегриран систем за навигација е предуслов за идните активности во туризмот. Туристите се свесни за вистинскиот дигитален живот кој нуди нови врски и можности за повеќе нивоа на забава, нè поврзува со

⁵² <https://www.unwto.org/digital-transformation>

луѓето на нови начини и го олеснува животот преку автоматизација. Зголеменото влијание на дигиталните медиуми им дава на луѓето нова слобода, но и поголема одговорност во справувањето со податоци и информации. Потенцијалот за дигитализација е огромен и претставува голем предизвик за туризмот. На веб-страниците за резервација и рангирање, туристите добиваат голем број на информации за туристичките дестинации и сместувачките места. Затоа, компаниите се принудени постојано да ги следат тековните движења на пазарот и да идентификуваат нови трендови. Компаниите мора да ги таргетираат своите потенцијални целни групи преку атрактивна веб-страница и популарни социјални медиуми (Фејсбук, Твитер, Инстаграм, итн.). На компаниите им е неопходна фокусирана стратегија преку Интернет. Тие мора да ги користат содржините, информациите и услугите на трети страни (на пр. Tripadvisor) и да ги интегрираат на нивните веб-страници.

ЛИТЕРАТУРА

- Brabin, P., & Clayton, (2016). Decoding Digital Leadership, Deloitte MCS Ltd. Conference Paper (2017) DOI: 10.1007/978-3-319-59336-4_12- Digitalisation in Tourism In-depth analysis of challenges and opportunities- GRO-SME-17-C-091-A 2018, FINAL REPORT
- Dredge, D., Phi, G., Mahadevan, R., Meehan, E. & Popescu, E.S. (2018) Digitalisation in Tourism: In-depth analysis of challenges and opportunities. Low Value procedure GRO-SME-17-C-091-A for Executive Agency form Small and Mediumsized Enterprises (EASME) Virtual Tourism Observatory. Aalborg University, Copenhagen.
- EMPLOYMENT AND SOCIAL AFFAIRS(2016)- THE SITUATION OF WORKERS IN THE COLLABORATIVE ECONOMY- In-depth-Analysis
- Harshak A., Schmaus B., Dimitrova D. (2013) Strategy&, Booz and Company
- Natalia Natocheeva1, Liliya Shayakhmetova, Aigul Bekkhozhayeva, Nazgul Khamikhan, Dolores Pshembayeva- (2020) DIGITAL TECHNOLOGIES AS A DRIVER FOR THE DEVELOPMENT OF THE TOURISM INDUSTRY- E3S Web of Conferences 159, 04002 BTSES
- Ralf-Christian Härting1(&) , Christopher Reichstein, Nina Härtle, and Jürgen Stiefl(2017)- Potentials of Digitization in theTourism Industry – Empirical Results from German Experts- Conference Paper DOI: 10.1007/978-3-319-59336-4_12
- Thematic Smart Specialisation Platform ‘Industry Modernisation’- Partnership Digitalisation and Safety for Tourism Scoping Note ReConfirm 19 February 2018
- Ziyadin, S., Koryagina, E., Grigoryan, T., Tovma, N., & Ismail, G.Z.(2019) International Journal of Civil Engineering and Technology, 10(1), 998-1010.
- Ziyadin, S., & Takhtaeva, R. (2014) Trends and problems in tourism development on the territory of Eastern Kazakhstan region. Actual Problems of Economics., (9), 232- 236.
- Ziyadin, S., Litvishko, O., Dubrova, M., Smagulova, G., & Suyunchaliyeva, M. (2019) Diversification tourism in the conditions of the digitalization. International Journal of Civil Engineering and Technology. 10(2), 1055-1070.
- Velikova, E. (2019). INNOVATION AND DIGITALIZATION IN TOURISM - RESTRICTION OR DEVELOPMENT FOR BUSINESS IN BULGARIA- Trakia Journal of Sciences, Vol. 17, Suppl. 1, pp 252-258, Trakia University Available online at: <http://www.uni-sz.bg>
- Xiang, Z. & Fesenmaier, D. (2017). Big data analytics, tourism design and smart tourism. In Analytics in Smart Tourism Design: Concepts and Methods. Cham: Springer (pp.299-307)
- <https://www.unwto.org/digital-transformation>
- <https://www.netokracija.com/turizam-digitalizacija-hotelski-sustavi-hoteza-114638>
- <https://knepublishing.com/index.php/KnE-Social/article/view/2763/5981>
- <https://www.goodrebels.com/tourism-sector-impact-digitalization/>
- <https://www.eturbonews.com/226045/importance-of-innovation-and-digitalization-in-growing-tourism/>
- <https://www.bug.hr/smart-city/rijeka-marketplace--digitalizacija-turisticke-destinacije-putem-blockchaina-10482>
- <https://www.tportal.hr/biznis/clanak/predstavljen-projekt-digitalizacije-javnih-usluga-u-turistickom-sektoru-20181204>
- <https://www.worldbank.org/en/news/feature/2018/09/25/digital-platforms-and-the-future-of-tourism-a-world-tourism-celebration>
- <https://www.pravdiko.mk/turizmot-vo-makedonija-postojano-ke-raste/>