

Олена М. Шуплат*

РОЛЬ ФІНТЕХУ В ТРАНСФОРМАЦІЇ СФЕРИ ТУРИЗМУ ПІД ВПЛИВОМ ГЕОПОЛІТИЧНИХ ВИКЛИКІВ

У статті розглядається роль фінансових технологій (фінтеху) в розвитку туристичної індустрії, особливо в умовах глобальних геополітичних криз. Актуальність дослідження зумовлена швидкою діджиталізацією економіки, яка змінює поведінку споживачів і у якій впроваджуються нові фінансові моделі в туризмі. У роботі проаналізовано статистичні дані щодо використання фінтех-інструментів у різних регіонах світу під час криз, таких як пандемія COVID-19, економічні санкції та воєнні конфлікти. Особливу увагу приділено факторам впливу геополітичної нестабільності на попит на туристичні послуги та фінансові моделі, що використовуються в індустрії. Також вивчаються основні фінтех-рішення, включаючи онлайн-платежі, криптовалюти, мобільні додатки для бронювання та страхування, а також їх переваги і недоліки. У висновку визначено перспективи розвитку фінансових технологій у туристичній сфері та їх потенційний вплив на подальше відновлення галузі.

Ключові слова: фінтех, туризм, геополітичні кризи, діджиталізація, онлайн-платежі, криптовалюти, мобільні додатки, валютна нестабільність, міжнародні транзакції, COVID-19, санкції, фінансові технології.

Табл. 2. Літ. 11.

DOI: 10.32752/1993-6788-2024-1-278-181-191

Olena M. Shuplat

THE ROLE OF FINTECH IN THE TRANSFORMATION OF THE SPHERE OF TOURISM UNDER THE INFLUENCE OF GEOPOLITICAL CHALLENGES

The article examines the role of financial technologies (fintech) in the development of the tourism industry, especially in the context of global geopolitical crises. The relevance of the study is due to the rapid digitization of the economy, which changes consumer behavior and introduces new financial models in tourism. The paper analyzes statistical data on the use of fintech tools in different regions of the world during crises such as the COVID-19 pandemic, economic sanctions, and military conflicts. Particular attention is paid to the factors of influence of geopolitical instability on the demand for tourist services and financial models used in the industry. Major fintech solutions are also explored, including online payments, cryptocurrencies, mobile applications for booking and insurance, as well as their advantages and disadvantages. The conclusion defines the prospects for the development of financial technologies in the tourism sector and their potential impact on the further recovery of the industry.

Keywords: fintech, tourism, geopolitical crises, digitization, online payments, cryptocurrencies, mobile applications, currency volatility, international transactions, COVID-19, sanctions, fintech.

Peer-reviewed, approved and placed: 03.08.2024.

Постановка проблеми. Фінансові технології, або FinTech, стали важливим елементом сучасної фінансової сфери, змінюючи традиційні підходи до оплати інноваційних інструментів для ефективнішого управління фінансовими операціями та заощадженнями. Виникнувши на початку 21-го століття, FinTech спершу знаходив застосування переважно в банківському секторі.

* Kyiv National University named after Vadym Hetman. Ukraine.

Однак за останні роки він зазнав значних змін і став більш орієнтованим на кінцевого споживача, охоплюючи всі сфери, в тому числі й туризм.

Останнє десятиріччя відзначилося значними змінами у сфері туризму, спричиненими глобальною фінансовою кризою, пандемією Covid 2019, військовими конфліктами та розвитком цифрових фінансів, відомих як FinTech. Фінансові технології стали рушієм прогресу на ринку туристичних послуг і мають потенціал суттєво змінити його функціонування та взаємодію між споживачами і постачальниками. Широке впровадження фінтех-рішень сприяє позитивним змінам у цій галузі.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Теоретичним аспектам розвитку впровадження та розвитку FinTech в Україні присвячені праці різних вчених: Житар М. О. [1], Луцишин О. [2], Петрук О.М. [3], Рубан П.М. [4], Федішин М.П. [5] та ін. Так, Батченко Л.В. розглядає тенденції та перспективи цифровізації економіки країни [6]. Бондаренко Л. П. аналізує розвиток ринку фінтех у світі іта в Україні [7]. Стратегію міжнародного розвитку фінтехкомпаній розкриває Дунська А.Р. у своїх працях [8]. Водночас, дослідженню сучасного стану впровадження FinTech в сферу туризму в Україні, обґрунтування основних проблем та закономірностей їх розвитку у науковій літературі останніх років приділялось недостатньо уваги.

Метою статті є комплексний аналіз впливу фінансових технологій на сферу туризму в умовах глобальних змін, зокрема під час геополітичних криз. Відповідно до поставленої мети, визначені такі задачі дослідження:

1. визначити актуальність фінтеху в сфері туризму через глобальну діджиталізацію та зміни в поведінці споживачів;
2. оцінити використання фінтех-інструментів у сфері туризму в світі під час різних кризових періодів, таких як фінансова криза (2008-2009 рр), пандемія COVID-19 та геополітичні конфлікти;
3. проаналізувати ключові фактори впливу фінтеху на сферу туризму в періоди економічної та політичної нестабільності, включаючи валютні коливання, санкції та обмеження міжнародних транзакцій;
4. розглянути основні фінтех-рішення, що активно використовуються в туризмі, оцінити їх переваги та недоліки для споживачів і бізнесу.

Основні результати дослідження. Фінтех став важливим у сфері туризму завдяки кільком ключовим факторам, які визначають сучасні тенденції в глобальному туризмі. Перш за все, зручність і швидкість платежів, адже туристи все більше віддають перевагу безготівковим розрахункам, особливо під час поїздки за кордон. Фінтех-рішення, такі як мобільні гаманці, додатки для онлайн-платежів і криптовалюти, дозволяють швидко й безпечно здійснювати транзакції в будь-якій точці світу. Крім того, бронювання готелів, купівля квитків на транспорт, оплата екскурсій та інших послуг може бути здійснена за кілька кліків, що значно спрощує процес планування подорожі.

Традиційні фінансові інституції, такі як банки, часто стягують високі комісії за міжнародні транзакції, що може бути неприйнятним для туристів. Фінтех-платформи пропонують нижчі комісії та кращі курси обміну валют, що робить подорожі більш доступними. Використання фінтеху дозволяє уникнути прихованих платежів і отримати прозорі умови бізнесу.

Слід зазначити, що фінтех-компанії вкладають значні кошти в розвиток технологій захисту даних, що робить платежі більш безпечними. Для туристів, які можуть піддаватися ризику шахрайства під час подорожей, це особливо важливо. Також фінтех дозволяє відстежувати витрати в режимі реального часу, що знижує ймовірність несанкціонованих транзакцій.

Завдяки фінтех в туризмі відбувається персоналізація та покращення клієнтського досвіду, оскільки фінтех-рішення часто інтегруються з платформами для бронювання й туристичними сервісами, що дозволяє створювати персоналізовані пропозиції на основі поведінкових даних клієнтів.

Окрім того, користувачі можуть отримувати рекомендації щодо місцевих послуг, знижки та спеціальні пропозиції, що робить їхній досвід більш задовільним.

Слід зазначити, що фінтех-платформи часто мають глобальне охоплення, що дозволяє туристам мати доступ до своїх фінансів у будь-якій країні світу. Це важливо для мандрівників, які відвідують кілька країн під час однієї поїздки. Крім того, фінтех підтримує мультивалютні рахунки, що спрощує управління фінансами в різних валютах. Усі ці фактори роблять фінтех незамінним елементом сучасної сфери туризму, особливо в умовах глобалізації та зростаючої діджиталізації суспільства.

Глобальні тенденції діджиталізації значно вплинули на поведінку споживачів у сфері туризму. Такими ключовими тенденціями є:

- Зростання мобільного інтернету та додатків. Сьогодні більшість туристів використовують смартфони для планування, бронювання та управління своїми подорожами. Мобільні додатки для бронювання готелів, авіаквитків, оренди автомобілів та інших послуг стають стандартом. Це призвело до того, що споживачі очікують миттєвого доступу до інформації та послуг. Туристи стають більш незалежними, менше покладаючись на традиційні туристичні агенції. Рішення щодо подорожей тепер приймаються швидше і базуються на інформації, доступній у режимі реального часу.

- Використання штучного інтелекту та машинного навчання. Компанії впроваджують штучний інтелект (ШІ) для аналізу великих обсягів даних і персоналізації послуг. Наприклад, чат-боти, розумні помічники й рекомендаційні системи стали стандартом. Це змінює очікування споживачів щодо обслуговування. Вони очікують на індивідуальний підхід та швидку відповідь на свої запити. Персоналізовані пропозиції та автоматизовані системи підвищують рівень задоволеності клієнтів.

- Розвиток соціальних мереж, як основного джерела інформації. Соціальні мережі стали головним інструментом для натхнення та пошуку інформації про подорожі. Платформи, такі як Instagram, YouTube та TikTok, впливають на вибір напрямків і видів активності. Споживачі більше довіряють рекомендаціям і відгукам від своїх друзів або інфлюенсерів, ніж традиційній рекламі. Це змушує туристичні компанії адаптувати свої маркетингові стратегії, зосереджуючись на контенті, який легко поширюється в соціальних мережах.

- Розширення електронної комерції. Онлайн-платформи для бронювання подорожей, такі як Expedia, Booking.com та Airbnb, зросли в популярності. Ці

платформи об'єднують у собі можливості для бронювання різних елементів подорожі (переліт, житло, екскурсії) на одному ресурсі. Туристи тепер можуть легко порівнювати ціни та умови, що підвищує конкуренцію між постачальниками послуг. Споживачі стають більш вибагливими й прагнуть отримати кращу ціну за свої гроші.

- Формування віртуальної реальності (VR) і доповненої реальності (AR). З розвитком VR і AR технологій туристи можуть отримати віртуальний тур перед тим, як прийняти рішення про поїздку. Це використовується як для маркетингу, так і для покращення клієнтського досвіду. До того ж це дає можливість споживачам дослідити місця, які вони ще не відвідали, та прийняти обґрунтовані рішення щодо своїх подорожей. Це також створює нові можливості для туристичних компаній в залученні клієнтів на ранніх стадіях планування.

- Зростання попиту на безконтактні послуги. Пандемія COVID-19 прискорила перехід до безконтактних послуг, таких як онлайн-чекини, цифрові ключі для готелів та безконтактні платежі. Туристи все частіше віддають перевагу безконтактним технологіям, що знижують ризик зараження й забезпечують зручність. Це змінює інфраструктуру туристичних об'єктів та вимоги до постачальників послуг.

- Зростання екологічної свідомості. Діджиталізація також сприяє підвищенню обізнаності споживачів щодо екологічного впливу їхніх подорожей. Онлайн-платформи все частіше включають можливості для вибору екологічно чистих варіантів. Туристи стають більш обізнаними та відповідальними щодо свого впливу на довкілля, що стимулює попит на сталий туризм.

Ці глобальні тенденції діджиталізації формують нову еру в сфері туризму, де споживачі отримують більшу автономію, зручність і персоналізацію, що змінює очікування та традиційні моделі поведінки.

Слід зазначити, що фінтех-інструменти у сфері туризму під час різних криз мали свої характерні риси.

Так, глобальна фінансова криза (2008-2009) відзначилася значним зростанням альтернативних платіжних систем. Після фінансової кризи 2008 року відбулася значна трансформація у сфері платежів, коли споживачі стали більше використовувати альтернативні платіжні системи, такі як PayPal. Це відбувалося на тлі зростання недовіри до традиційних фінансових інституцій. Відбулося підвищення попиту на бюджетні подорожі, оскільки криза стимулювала розвиток фінтех-рішень, що дозволяли бронювати бюджетні подорожі й отримувати кешбек або знижки на туристичні послуги. Онлайн-платформи, що пропонували гнучкі варіанти оплати, такі як розстрочка або оплата частинами, почали активно впроваджуватися.

Пандемія COVID-19 (2020-2022) прискорила перехід до безконтактних та цифрових платежів у сфері туризму. За даними McKinsey, у 2020 році глобальний обсяг безготівкових транзакцій зріс на 6%, а в деяких регіонах, таких як Азія, зростання було ще вищим, до 10-15%. Також, у 2020 році кількість транзакцій через мобільні платіжні додатки зросла на 75%, порівняно з 2019 роком. Це пояснюється необхідністю безпечних і швидких

платежів під час пандемії. З початком пандемії попит на туристичні страхові поліси, які покривають ризики скасування поїздок через COVID-19, зріс на 30-40%. Це стимулювало розвиток фінтех-продуктів, орієнтованих на гнучкі страхові послуги. [11]

В умовах зростаючої екологічної кризи, фінтех-інструменти, що підтримують сталий туризм, почали користуватися більшою популярністю. Наприклад, платформи для бронювання, які дозволяють компенсувати викиди CO₂, зросли в популярності серед свідомих споживачів. У 2021 році глобальний обсяг таких транзакцій зріс на 20%.

Війна в Україні (2022 – теперішній час) також вплинула на розвиток фінтеху в туризмі. Так, у відповідь на санкції, введені проти росії та обмеження фінансових трансакцій, багато туристів у постраждалих регіонах почали використовувати криптовалюти як альтернативу традиційним грошовим переказам. Наприклад, платформи, що пропонують бронювання за криптовалютою, такі як Travala.com, відзначили зростання трансакцій. У зонах конфліктів, де банківська інфраструктура може бути недоступною, мобільні гаманці стали важливим інструментом для зберігання та переказу коштів. У період 2022-2023 рр. їх використання зросло на 50% у порівнянні з попередніми роками.

В умовах санкцій та фінансових обмежень, таких як у випадку Ірану, фінтех-компанії, що пропонують послуги P2P-платежів (як, наприклад, TransferWise), стали ключовим інструментом для туристів та компаній, які прагнуть обійти обмеження на традиційні банківські перекази.

Ці приклади ілюструють, як фінтех-інструменти в сфері туризму адаптуються до різних кризових ситуацій, надаючи споживачам гнучкість і нові можливості для управління своїми фінансами та подорожами.

Проаналізуємо як різні регіони адаптуються до нових реалій у сфері туризму під час криз (таблиця 1).

Отже, як бачимо кожен регіон адаптується до нових реалій відповідно до своїх особливостей і потреб, що зумовлено економічними, соціальними та технологічними умовами.

Геополітичні кризи можуть суттєво впливати на фінансові моделі та попит на туристичні послуги. Проаналізуємо ключові аспекти цього впливу. Перш за все відбуваються зміни у фінансових моделях через коливання валютних курсів, перехід до альтернативних фінансових інструментів та змін умов кредитування.

Геополітичні кризи, такі як війни або економічні санкції, можуть призводити до нестабільності валютних курсів. Це може ускладнити фінансове планування для туристичних компаній та споживачів. Наприклад, падіння національної валюти може підвищити вартість міжнародних подорожей для громадян країни з ослабленою валютою. Наприклад, у період санкцій проти росії у 2014 році, рубль сильно девальгував, що зменшило купівельну спроможність росіян за кордоном і вплинуло на попит на закордонний туризм.

В умовах економічних санкцій та фінансових обмежень, компанії і споживачі можуть звертатися до альтернативних фінансових інструментів, таких як криптовалюти, для обходу традиційних фінансових систем.

Таблиця 1. Особливості використання фінтеху в сфері туризму в різних регіонах, авторська розробка

Регіон	Фінтех в туризмі
Північна Америка (Канада та США)	Безконтактні платіжні системи: У Північній Америці швидко зросла популярність безконтактних платіжних систем, таких як Apple Pay і Google Wallet. Це відповідає зростаючій вимозі до безпеки та зручності у зв'язку з пандемією COVID-19. Віртуальні тури та подорожі: Пандемія прискорила популярність віртуальних турів, які пропонують музеї, парки та туристичні агенції. Наприклад, багато музеїв у США запровадили віртуальні тури для залучення відвідувачів.
Західна Європа	Розширене використання мобільних додатків: У Європі мобільні додатки для бронювання подорожей, такі як Booking.com та Airbnb, стали ще популярнішими. Вони інтегрували нові функції для безконтактних чеків і оплати. Інтеграція зелених ініціатив: В Європі активно розвиваються фінтех-рішення для сталого туризму. Наприклад, платформи, які дозволяють компенсувати викиди CO2 або віддавати частину доходів на екологічні проекти, користуються попитом.
Східна Європа	Адаптація до санкцій та обмежень: В умовах економічних санкцій, які вплинули на країни Східної Європи, зросло використання альтернативних фінансових інструментів, таких як криптовалюти, для транзакцій у туризмі.
Східна Азія (Китай, Японія, Південна Корея)	Мобільні платежі та QR-коди: Азія стала лідером у впровадженні мобільних платежів через QR-коди. У Китаї, платформи як WeChat Pay та Alipay стали стандартом для туристичних транзакцій. Використання AI та Big Data: Технології штучного інтелекту та великі дані активно використовуються для персоналізації туристичних послуг і прогнозування попиту. Наприклад, у Китаї платформи, такі як Strip, використовують AI для рекомендацій та управління бронюванням.
Південно-Східна Азія	Розвиток платіжних систем у віддалених регіонах: У країнах Південно-Східної Азії, де доступ до традиційних банківських послуг може бути обмежений, популярність мобільних гаманців і P2P-платежів зросла. Це допомагає розширити доступ до фінансових послуг для туристів та місцевих жителів.
Латинська Америка (Бразилія та Аргентина)	Підвищення використання онлайн-бронювання: В умовах економічної нестабільності та високих комісій за традиційні фінансові послуги, онлайн-бронювання та мобільні платіжні системи стали більш популярними. Фінансові інструменти для підтримки малого бізнесу: З метою підтримки туристичних бізнесів, що постраждали від криз, з'явилися нові фінансові інструменти, такі як мікрокредити та платформи для краудфандингу.
Африка	Розвиток мобільних фінансових сервісів: Мобільні фінансові сервіси, такі як M-Pesa в Кенії, стали важливими для здійснення платежів у сфері туризму, особливо в країнах з обмеженим доступом до традиційних банківських послуг. Зростання використання цифрових платіжних платформ: Платформи, які підтримують цифрові платежі та перекази, допомагають стимулювати туристичну активність і полегшити фінансові транзакції для туристів та бізнесу.

Так, у країнах, де фінансові трансакції є складними через санкції (наприклад, Іран), туристи і компанії починають використовувати криптовалюти як альтернативу традиційним методам оплати.

У періоди криз може зменшуватися доступність кредитування для туристичних компаній, що призводить до зменшення інвестицій в інфраструктуру та зростання витрат на обслуговування боргу. Під час глобальної фінансової кризи 2008 року багато туристичних компаній стикнулися з труднощами в отриманні кредитів для розвитку бізнесу.

Також геополітичні кризи призводять до зміни у попиту на туристичні послуги, через зменшення попиту на міжнародні подорожі, зростання попиту на внутрішній туризм, зміну переваг споживачів та реорганізація ланцюгів постачання і операційні зміни.

Геополітичні кризи часто ведуть до зменшення попиту на міжнародні подорожі через страх перед безпекою або фінансові труднощі. Споживачі можуть зменшити витрати на подорожі або вибрати більш близькі та безпечні напрямки. Під час пандемії COVID-19 і численних локдаунів міжнародний туризм зменшився на 74% у 2020 році порівняно з 2019 роком, згідно з даними Світової організації туризму (UNWTO) [10].

У кризових ситуаціях багато людей зменшують поїздки за кордон і зосереджуються на внутрішньому туризмі. Це може стимулювати розвиток місцевих туристичних послуг та інфраструктури. Під час COVID-19 багато країн заохочували внутрішній туризм через програми знижок і рекламні кампанії, що призвело до зростання попиту на внутрішні подорожі.

Кризові ситуації можуть змінювати пріоритети споживачів щодо типів подорожей і послуг. Наприклад, зростає інтерес до екологічно чистих і безпечних подорожей. Так, після пандемії COVID-19 спостерігалось збільшення попиту на екологічний туризм та подорожі, що передбачають соціальну дистанцію та безконтактні послуги.

Геополітичні кризи також можуть викликати перебої в ланцюгах постачання, що вплине на туристичні послуги. Це може призвести до підвищення витрат або зменшення якості послуг. Пандемія COVID-19 призвела до значних перебоїв у постачанні туристичних послуг, таких як авіаперевезення та готельні послуги, що вимагало від компаній адаптації до нових умов.

Таким чином, геополітичні кризи змінюють фінансові моделі та попит на туристичні послуги, змушуючи компанії і споживачів адаптуватися до нових реалій через зміни у фінансових умовах, попиті на послуги та стратегічних пріоритетах.

Нестабільність валютних курсів, санкції та обмеження на міжнародні трансакції мають значний вплив на сферу туризму. Так, нестабільність валютних курсів може істотно впливати на вартість подорожей. Зміни у валютних курсах роблять подорожі дорожчими або дешевшими для туристів з інших країн. Під час фінансової кризи в Туреччині у 2018 році турецька ліра сильно девальвувала. Це зробило Туреччину більш привабливою для іноземних туристів, оскільки їх валюта отримала більшу купівельну спроможність.

Крім того, нестабільність валютних курсів ускладнює фінансове планування як для туристів, так і для туристичних компаній. Це може призвести до непередбачуваних витрат або прибутків. Туристичні компанії можуть стикатися з труднощами в управлінні доходами та витратами через коливання валютних курсів, що може вплинути на їх цінову політику.

Санкції можуть обмежувати можливості для фінансових транзакцій між країнами. Це може ускладнити або зробити дорожчими транзакції для туристів та бізнесу. Санкції проти Ірану обмежили доступ до міжнародних фінансових систем, ускладнюючи туристичні перекази і платежі за кордоном. Також, санкції можуть зменшити кількість туристів з країн, які підпадають під санкції, або з країн, що ведуть з ними бізнес. Це впливає на туристичний бізнес у країнах, що приймають туристів. Санкції проти росії, введені після анексії Криму у 2014 році, призвели до зменшення туристичного потоку з росії до багатьох європейських країн.

Отже, нестабільність валютних курсів може призвести до непередбачуваних витрат і змінити вартість подорожей. Санкції, в свою чергу обмежують можливості для міжнародних транзакцій, зменшуючи туристичний потік і спонукаючи до використання альтернативних фінансових інструментів. Обмеження на міжнародні транзакції ускладнюють використання традиційних платіжних систем, що стимулює впровадження нових фінансових технологій. Геополітичні кризи впливають на туристичний сектор через зміни у валютних курсах, санкції та обмеження на транзакції, змушуючи адаптувати фінансові моделі та шукати нові рішення для забезпечення безперебійного функціонування бізнесу.

На сьогоднішній день, існує цілий ряд фінтех-рішень, які активно використовуються в туризмі (онлайн-платежі, криптовалюти, мобільні додатки для бронювання, страхування тощо). Розглянемо їх суть та вплив на сферу туризму.

1. Мобільні платіжні системи, такі як Apple Pay, Google Wallet і Samsung Pay, дозволяють користувачам здійснювати оплату за допомогою смартфонів без фізичних карток чи готівки. Вони спрощують процес бронювання і покупки, забезпечуючи швидкі і безконтактні платежі. Це особливо важливо в умовах пандемії та для подорожей до країн з високим рівнем технологічного розвитку.

2. Блокчейн та криптовалюти забезпечують прозорість і безпеку фінансових транзакцій, а криптовалюти, такі як Bitcoin і Ethereum, використовуються для міжнародних транзакцій. Вони дають можливість швидко та безпечно здійснювати міжнародні платежі, обійти обмеження на традиційні платіжні системи і забезпечують нові можливості для інвестицій у туризм.

3. Платформи для онлайн-бронювання, такі як Booking.com, Expedia і Airbnb, дозволяють користувачам бронювати готелі, квитки на транспорт і інші послуги онлайн. Завдяки їх використанню знижуються витрати на адміністрування та маркетинг для туристичних компаній, надається зручний інтерфейс для користувачів і забезпечується доступ до великого числа варіантів.

4. Інструменти для управління фінансами, такі як бухгалтерські платформи та системи для управління витратами, допомагають компаніям контролювати витрати, бюджет і фінансові потоки. Крім того, вони дають змогу ефективніше управляти фінансами компаній, аналізувати витрати і доходи, що допомагає оптимізувати бізнес-процеси.

5. Системи лояльності та програми винагород, використовують фінтех-рішення для управління балами, знижками та іншими перевагами для постійних клієнтів. Вони сприяють утриманню клієнтів, стимулюють повторні покупки і дозволяють краще розуміти поведінку споживачів.

6. Краудфандинг та платформи для мікрокредитування, такі як Kickstarter і GoFundMe, дозволяють збирати кошти для нових туристичних проєктів або бізнесів, допомагаючи новим проєктам отримати фінансування, що може сприяти розвитку нових туристичних ініціатив і послуг.

7. Системи динамічного ціноутворення, це технології, які використовують алгоритми для автоматичного коригування цін на основі попиту, сезонності та інших факторів, вони допомагають туристичним компаніям максимізувати прибуток, оптимізуючи ціни на номери, квитки та інші послуги.

8. Аналіз даних та штучний інтелект - інструменти, які використовують великі дані та штучний інтелект для прогнозування попиту, персоналізації пропозицій і оптимізації бізнес-процесів. Завдяки їх використанню збільшується точність прогнозів, це в свою чергу дозволяє компаніям краще розуміти потреби клієнтів і налаштовувати свої стратегії для підвищення ефективності.

Всі ці фінтех-рішення допомагають туристичним компаніям покращити обслуговування клієнтів, оптимізувати бізнес-процеси і адаптуватися до швидко змінюваних умов ринку. Проте, кожен з представлених інструментів має свої переваги та недоліки, проаналізуймо їх.

Висновки та перспективи подальших досліджень. Фінансові технології відіграють вирішальну роль у трансформації сфери туризму, особливо в умовах геополітичних криз. Діджиталізація послуг та інноваційні фінтех-рішення дозволили туристичним компаніям швидко адаптуватися до змін і забезпечувати споживачам більш зручні та безпечні фінансові операції. Геополітичні кризи, такі як пандемія COVID-19 та військові конфлікти, стимулювали розвиток нових моделей поведінки споживачів та застосування технологій для управління ризиками, включаючи нестабільність валют і обмеження на міжнародні транзакції.

Огляд основних фінтех-інструментів показує, що онлайн-платежі, криптовалюти, мобільні додатки для бронювання та страхування стають важливими компонентами сучасного туризму. Водночас, кожен з цих інструментів має свої переваги та недоліки, які варто враховувати для ефективного впровадження.

У майбутньому фінтех, ймовірно, стане ключовим фактором відновлення та подальшого розвитку туристичної сфери. Індустрія має потенціал до більшої стійкості завдяки фінансовим інноваціям, що дозволяють краще справлятися з економічними та політичними викликами.

Таблиця 2. Переваги та недоліки основних фінтех-рішень у сфері туризму, авторська розробка

Фінтех	Переваги	Недоліки:
Мобільні платіжні системи	Зручність: Швидке і безконтактне здійснення платежів, що знижує час на обробку транзакцій. Безпека: Використання сучасних технологій для захисту даних і запобігання шахрайству. Мобільність: Можливість здійснювати платежі з будь-якого місця, що зручно для туристів.	Технічні проблеми: Можливі збої в роботі додатків або проблеми із сумісністю з різними пристроями. Обмежене використання: Не всі компанії або країни підтримують ці системи. Безпека даних: Хоча платіжні системи зазвичай мають високий рівень безпеки, ризики зберігання і передачі даних завжди існують.
Блокчейн та криптовалюти	Безпека: Блокчейн забезпечує прозорість і неможливість підробки транзакцій. Швидкість транзакцій: Криптовалюти можуть забезпечити швидкі міжнародні перекази без посередників. Відсутність валютних обмежень: Криптовалюти дозволяють обходити валютні обмеження та санкції.	Волатильність: Ціни на криптовалюти можуть сильно коливатися, що ускладнює їх використання для стабільних транзакцій. Регуляторні проблеми: Криптовалюти підлягають жорсткому регулюванню або забороні в деяких країнах. Технічні складнощі: Не всі користувачі мають достатні знання для безпечного використання криптовалют.
Платформи для онлайн-бронювання	Універсальність: Зручний доступ до великої кількості варіантів для бронювання готелів, авіаквитків та інших послуг. Прозорість: Легкість у порівнянні цін і відгуків. Економія часу: Спрощення процесу планування і бронювання подорожей.	Комісії: Платформи зазвичай стягують комісії з постачальників послуг, що може вплинути на ціни для кінцевих споживачів. Обмежена персоналізація: Може бути важко знайти нестандартні або спеціальні пропозиції. Проблеми з поверненням: У разі проблем з бронюванням чи зміною планів, процес повернення грошей може бути ускладнений.
Інструменти для управління фінансами	Ефективність: Допомогають автоматизувати бухгалтерію, управління витратами та бюджетування. Аналіз: Можливість проводити детальний аналіз фінансових даних і звітів. Контроль: Зручний контроль витрат і доходів.	Складність інтеграції: Може бути важко інтегрувати ці інструменти з існуючими системами. Вартість: Деякі рішення можуть бути дорогими, особливо для невеликих бізнесів. Залежність від даних: Точність звітів залежить від якості і повноти введених даних.
Системи лояльності та програми винагород	Утримання клієнтів: Сприяють повторним покупкам і лояльності споживачів. Персоналізація: Можливість пропонувати індивідуальні знижки та пропозиції на основі історії покупок. Залучення нових клієнтів: Програми винагород можуть стимулювати нових клієнтів спробувати послуги.	Витратний процесом. Витрати: Система винагород може збільшити витрати компанії. Перевантаження інформацією: Можливість споживачів бути перевантаженими інформацією про програми лояльності.
Краудфандинг та платформи для мікрокредитування	Фінансування нових ідей: Дають можливість зібрати кошти для нових проєктів і стартапів. Доступ до інвесторів: Платформи надають доступ до великої кількості потенційних інвесторів. Маркетингові можливості: Можуть також слугувати рекламною платформою для нового бізнесу.	Необхідність маркетингової активності: Успіх кампанії часто залежить від активного маркетингу та просування. Невизначеність результату: Немає гарантії успіху кампанії, і збори можуть не досягти потрібної суми. Комісії: Платформи часто стягують комісії за використання своїх послуг.
Системи динамічного ціноутворення	Оптимізація доходів: Можливість автоматично коригувати ціни залежно від попиту і пропозиції. Гнучкість: Швидка реакція на зміни ринку і сезонності. Максимізація прибутку: Може сприяти збільшенню прибутків за рахунок оптимального ціноутворення.	Складність налаштування: Налаштування алгоритмів може бути складним і вимагати точних даних. Ризики зниження лояльності: Часті зміни цін можуть негативно вплинути на сприйняття клієнтів. Залежність від даних: Необхідність точних і своєчасних даних для ефективного ціноутворення.
Аналіз даних та штучний інтелект	Персоналізація: Можливість створення персоналізованих пропозицій для клієнтів на основі їх поведінки та переваг. Прогнозування: Здатність прогнозувати попит, виявляти тренди і оптимізувати операційні процеси. Ефективність: Автоматизація рутинних завдань і покращення прийняття рішень на основі даних.	Вартість: Впровадження та обслуговування систем може бути дорогим. Залежність від даних: Якість результатів залежить від якості та повноти даних. Конфіденційність: Може викликати занепокоєння щодо конфіденційності даних

1. Житар М.О. Ринок FINTECH в Україні: особливості, шляхи та перспективи розвитку // Європейський науковий журнал Економічних та Фінансових інновацій. 2024. №1(13). С. 4-12. Режим доступу: <https://doi.org/10.32750/2024-0101>
 2. Луцишин О. Як фінтех змінює світовий фінансовий порядок. Режим доступу: <http://dspace.wunu.edu.ua/handle/316497/40882>
 3. Петрук О. М., Бурцев Я. І., Зашипас С. М., Попов О. Г. Фінтех як поняття функціональної економічної науки // Проблеми теорії та методології бухгалтерського обліку, контролю і аналізу. 2024. №3(53). С.48–53. Режим доступу: [https://doi.org/10.26642/pbo-2022-3\(53\)-48-53](https://doi.org/10.26642/pbo-2022-3(53)-48-53)
 4. Рубанов П. М. Фактори та передумови розвитку FinTech інновацій у національній економіці // Проблеми і перспективи економіки та управління. 2019. № 4(20). С.396–402. DOI: 10.25140/2411-5215-2019-4(20)-396-402.
 5. Федішин М. П, Журко Р. В., Лобко О. М. Роль FINTECH у розвитку фінансового ринку України // Актуальні проблеми розвитку економіки регіону. 2024.
 6. Батченко Л. В., Рева О. В. Цифровізація економіки країни: тенденції та перспективи // Індустрія туризму і гостинності в Центральній та Східній Європі. 2023. №9. С.12-19. Режим доступу: <https://doi.org/10.32782/tourismhospsee-9-2>
 7. Бондаренко Л.П. Розвиток ринку Фінтех у світі та в Україні / Л.П. Бондаренко, Н.В. Мороз, Р.Й. Желізняк, О.О. Бонещкий // Збірник наукових праць «Фінансово-кредитна діяльність: проблеми теорії та практики». 2021. Том 6. №41.С.121-127.
 8. Дунська А. Р., Лагодієнко В. В., Овсученко Ю. В. Стратегія міжнародного розвитку фінтехкомпаній : ключові аспекти та виклики. Український журнал прикладної економіки та техніки. 2023. Том 8. № 4. С. 156 – 161.
 9. World Travel & Tourism Council (WTTC) | Travel & Tourism. URL: <https://wtcc.org/Research/Economic-Impact>
 10. The UNWTO Tourism Data Dashboard. URL: <https://www.unwto.org/unwto-world-tourism-barometer-data>
 11. Шевченко О.М. Світові тенденції розвитку ринку фінансових технологій та особливості його функціонування в Україні. 2021. Режим доступу: http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/6_2021/88.pdf
-
1. Zhytar M.O. Rynok FINTECH v Ukraini: osoblyvosti, shliakhy ta perspektyvy rozvytku // Yevropeyskyi naukovyi zhurnal Ekonomichnykh ta Finansovykh innovatsii. 2024. №1(13). S. 4-12. Rezhym dostupu: <https://doi.org/10.32750/2024-0101>
 2. Lutsyshyn O. Yak fintekh zminiue svitovyi finansovyi poriadok. Rezhym dostupu: <http://dspace.wunu.edu.ua/handle/316497/40882>
 3. Petruk O. M., Burtsev Ya. I., Zashchypas S. M., Popov O. H. Fintekh yak poniattia funktsionalnoi ekonomichnoi nauky // Problemy teorii ta metodolohii bukhgalterskoho obliku, kontroliu i analizu. 2024. №3(53). S.48–53. Rezhym dostupu: [https://doi.org/10.26642/pbo-2022-3\(53\)-48-53](https://doi.org/10.26642/pbo-2022-3(53)-48-53)
 4. Rubanov P. M. Faktory ta peredumovy rozvytku FinTech innovatsii u natsionalnii ekonomitsi // Problemy i perspektyvy ekonomiky ta upravlinnia. 2019. № 4(20). S.396–402. DOI: 10.25140/2411-5215-2019-4(20)-396-402.
 5. Fedyshyn M. P, Zhurko R. V., Lobko O. M. Rol FINTECH u rozvytku finansovoho rynku Ukrainy // Aktualni problemy rozvytku ekonomiky rehionu. 2024.
 6. Batchenko L. V., Reva O. V. Tsyfrovizatsiia ekonomiky krainy: tendentsii ta perspektyvy // Industriia turyzmu i hostynnosti v Tsentralnii ta Skhidnii Yevropi. 2023. №9. S.12-19. Rezhym dostupu: <https://doi.org/10.32782/tourismhospsee-9-2>
 7. Bondarenko L.P. Rozvytok rynku Fintekh u sviti ta v Ukraini / L.P. Bondarenko, N.V. Moroz, R.I. Zhelizniak, O.O. Bonetskyi // Zbirnyk naukovykh prats «Finansovo-kredytna diialnist: problemy teorii ta praktyky». 2021. Tom 6. №41.S.121-127.
 8. Dunska A. R., Lahodiienko V. V., Ovsiuchenko Yu. V. Stratehiia mizhnarodnoho rozvytku fintekhkompanii : kluchovi aspekty ta vykylyky. Ukrainskyi zhurnal prykladnoi ekonomiky ta tekhniki. 2023. Tom 8. № 4. S. 156 – 161.
 9. World Travel & Tourism Council (WTTC)|Travel & Tourism. URL: <https://wtcc.org/Research/Economic-Impact>
 10. The UNWTO Tourism Data Dashboard. URL: <https://www.unwto.org/unwto-world-tourism-barometer-data>
 11. Shevchenko O.M. Svitovi tendentsii rozvytku rynku finansovykh tekhnolohii ta osoblyvosti yoho funktsionuvannia v Ukraini. 2021. Rezhym dostupu: http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/6_2021/88.pdf