

УДК 338.482:004(477)

DOI <https://doi.org/10.32782/2786-5843/2024-4-4>

ЕВОЛЮЦІЯ ІННОВАЦІЙ В ІНФОРМАЦІЙНО-КОМУНІКАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЯХ ТА ЇХ РОЛЬ У ТУРИЗМІ: УКРАЇНСЬКИЙ КОНТЕКСТ

Зеленко Олена Олександрівна

доктор економічних наук, професор,
професор кафедри історії, археології та туризму,
Східноукраїнський національний університет імені Володимира Даля, м. Київ, Україна
ORCID ID: 0000-0003-4880-246X

Гнєдкова Олена Геннадіївна

кандидат педагогічних наук, доцент,
доцент кафедри іноземної філології та перекладу,
Східноукраїнський національний університет імені Володимира Даля, м. Київ, Україна
ORCID ID: 0000-0002-5419-4678

Зеленська Вікторія Рустамівна

магістр за спеціальністю 242 «Туризм і рекреація»,
Східноукраїнський національний університет імені Володимира Даля, м. Київ, Україна
ORCID ID: 0009-0009-3015-0994

***Актуальність дослідження:** останні 100 років характеризуються інтенсивним розвитком інновацій у сфері інформаційно-комунікаційних технологій (далі – ІКТ), які значно інтегровані в процеси взаємодії в економічному середовищі; туристична галузь, як складник економіки, переживає ті самі трансформації, але в умовах України ІКТ-інновації мають специфічні риси впровадження та потребують уваги науковців і практиків. **Предметом дослідження** є історичні та сучасні особливості розвитку ІКТ-інновацій у туристичній індустрії у світі та Україні. **Мета дослідження:** окреслити історичні етапи розвитку інновацій в ІКТ туристичної індустрії, визначити базові складники, роль та особливості впровадження на українському ринку туристичних послуг. **Методологія дослідження:** аналіз теоретичних джерел (для визначення сутності ІКТ в туризмі), порівняння та узагальнення (для аналізу попередніх публікацій українських та закордонних дослідників), статистичний та історико-ретроспективний аналіз (для визначення етапів і сучасних тенденцій упровадження ІКТ-інновацій у туристичній галузі у світі та Україні). **Результати дослідження:** систематизовано змістовні підходи до визначення поняття ІКТ в туризмі; окреслено етапи впровадження інновацій та розвитку ІКТ в туризмі у світі та особливості їх упровадження в Україні; висвітлено місце мови в системі ІКТ; представлено авторський варіант визначення поняття ІКТ в туризмі, загальні та специфічні функції ІКТ-інновацій туристичної галузі України. **Практичне значення:** ідентифіковано тісний взаємозв'язок між мовним складником та іншими елементами ІКТ, припущено прямий взаємозв'язок між рівнем упровадження інноваційних цифрових технологій та фінансово-економічною стійкістю провайдерів туристичного ринку, що акцентує на важливості лінгвістичної підготовки фахівців туризму з паралельним опануванням цифрових компетентностей усіх учасників процесу формування та просування туристичного продукту. **Висновки:** дослідження дало змогу підсумувати, що впроваджені інноваційні ІКТ-рішення у вітчизняному туризмі виконують роль промоутера унікальної української культури, історичної спадщини та каталізатора відновлення галузі, економіки країни й суспільства загалом. **Перспектива подальших досліджень:** подальші дослідження будуть присвячені ключовим напрямкам цифровізації професійної діяльності в туризмі серед регіонів України.*

***Ключові слова:** інновації, інформаційно-комунікаційні технології, туристична індустрія, розвиток, мова.*

EVOLUTION OF INNOVATIONS IN INFORMATION AND COMMUNICATION TECHNOLOGIES AND THEIR ROLE IN TOURISM: THE UKRAINIAN CONTEXT

Zelenko Olena Oleksandrivna

Doctor of economic sciences, professor,
Professor of the Department of History, Archeology and Tourism,
Volodymyr Dahl East Ukrainian National University, Kyiv, Ukraine
ORCID ID: 0000-0003-4880-246X

Hniedkova Olena Hennadiivna

Candidate of Pedagogical Sciences, Associate Professor,
Associate Professor of the Department of Foreign Philology and Translation,
Volodymyr Dahl East Ukrainian National University, Kyiv, Ukraine
ORCID ID: 0000-0002-5419-4678

Zelenska Viktoriia Rustamivna

Master in specialty 242 “Tourism and recreation”,
Volodymyr Dahl East Ukrainian National University, Kyiv, Ukraine
ORCID ID: 0009-0009-3015-0994

Relevance of the study: the last 100 years have been characterised by the intensive development of innovations in the field of information and communication technologies (ICT), which are significantly integrated into the processes of interaction in the economic environment; the tourism industry, as a component of the economy, is undergoing the same transformations, but in the conditions of Ukraine, ICT innovations have specific features of implementation and require the attention of scientists and practitioners. **The subject of the study** is the historical and modern features of the development of ICT innovations in the tourism industry in the world and in Ukraine. **The purpose of the study:** to outline the historical stages of development of innovations in the ICT of the tourism industry, to determine their basic components, role and features of implementation in the Ukrainian market of tourism services. **Research methodology:** analysis of theoretical sources (to define the essence of ICT in tourism), comparison and generalisation (to analyse previous publications of Ukrainian and foreign researchers), statistical and historical retrospective analysis (to determine the stages and current trends in the introduction of ICT innovations in the tourism industry in the world and in Ukraine). **Results of the study:** systematised substantive approaches to the definition of ICT in tourism; outlined the stages of innovation and development of ICT in tourism in the world and the peculiarities of their implementation in Ukraine; highlighted the place of language in the ICT system; presented the author's version of the definition of ICT in tourism, general and specific functions of ICT innovations in tourism industry of Ukraine. **Practical significance:** the close relationship between the language component and other elements of ICT is identified, the direct relationship between the level of implementation of innovative digital technologies and the financial and economic sustainability of tourism market providers is assumed, which emphasises the importance of linguistic training of tourism specialists with the simultaneous mastering of digital competencies of all participants in the process of forming and promoting a tourism product. **Conclusions:** the study allowed us to summarise that the implemented innovative ICT solutions in domestic tourism plays as a promoter of the unique Ukrainian culture, historical heritage and a catalyst for the restoration of the industry, the country's economy and society as a whole. **Prospect for further research:** further research will be devoted to key areas of digitalisation of professional activities in tourism among the regions of Ukraine.

Key words: innovations, information and communication technologies, tourism industry, development, language.

Постановка проблеми. XXI століття – вік цифровізації всіх аспектів життєдіяльності людства. Прискорення всіх економічних процесів вимагає скорочення часу на комунікації між суб'єктами економічної діяльності та на виконання рутинних операцій, тож застосування інформаційно-комунікаційних технологій – це умова конкурентоспроможності в будь-якій сфері.

Туристична індустрія, що є однією з провідних сфер економічної діяльності, так само має розвиватися відповідно до теперішніх вимог світового співтовариства та власних споживачів. Сучасний турист – це здебільшого особа, що не має бажання витратити час на відвідування офісу, а хоче спланувати подорож у будь-яку вільну саме в неї хвилину.

З іншого боку, специфіка ринку туристичних послуг та високий рівень конкуренції вимагають від провайдерів відповідати вимогам вибагливого споживача.

Український ринок туристичних послуг також еволюціонує в контексті впровадження інновацій у сфері інформаційно-комунікаційних технологій (далі – ІКТ). Цей процес відбувається під впливом багатьох факторів, зокрема таких масштабних потрясінь, як пандемія COVID-19 у 2020 р. та повномасштабне вторгнення РФ на територію України у 2022 році. Тож проблема ретельного дослідження та подальшого впровадження інноваційних ІКТ залишається актуальною для вітчизняної туристичної індустрії.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. ІКТ та інноваційні доробки цієї сфери перебувають у колі наукових інтересів багатьох вітчизняних та закордонних учених. Серед українських науковців зазначеною проблематикою та висвітленням окремих її питань опікуються Т. Лисюк, Л. Ройко, Ю. Білецький [1; 2], Ю. Феленчак, І. Шевчук [3], О. Кучай [4], В. Білозубенко, М. Разінькова, Н. Небаба, О. Ятчук [5], С. Подзігун, Н. Мальярчук, О. Любивий [6]. Серед зарубіжних учених варто відзначити таких, як Д. Леунг [7], П. Пахрудін, Т.-Х. Хсі, Л.-В. Лю [8], І. Бак, Е. Барей-Качмарек, П. Суліковський [9], М. Азван [10], І. Сустача, Дж. Ф. Баньос-Піно, Е. Дель Валле [11].

Фокус уваги дослідників спрямовано здебільшого на такі актуальні: засади розвитку ІКТ в галузі туризму [1], основні тренди їх дослідження [8] та принципи дії в сучасному світі [5]; цифрові інноваційні технології, що впроваджувалися в туристичній індустрії України та світу [2; 7]; особливості управління інформаційно-комунікаційними процесами в туризмі [6] та переваги від їх використання на тлі трансформації буденних операційних процесів в умовах мінливого середовища [3; 9; 10]; провідні інтернет-технології в міжнародному туристичному бізнесі та інформаційні інновації на рівні окремих регіонів для розвитку смартдестинацій, у контексті соціально-економічного розвитку країн світу [4; 11].

Виокремлення не вирішених раніше частин загальної проблеми. Незважаючи на наявність достатньої кількості досліджень, спрямованих на висвітлення розвитку ІКТ-інновацій, можна стверджувати, що досі залишаються нечітко ідентифікованими етапи їх впровадження, а також їх роль та специфічні функції в сучасних умовах української туристичної індустрії.

Мета дослідження – окреслити історичні етапи розвитку інновацій в ІКТ туристичної індустрії, визначити їх базові складники, роль та особливості впровадження на українському ринку туристичних послуг.

Основний матеріал. Інформаційно-комунікаційні технології в загальному розумінні – це сукупність методів, процесів, програмних й апаратних засобів, що використовують для збору, зберігання, обробки, передавання та управління інформацією в різних формах (текст, аудіо, відео, графіка тощо). ІКТ містять широкий спектр інструментів – від традиційних комп’ютерних систем до мобільних застосунків і соціальних медіа.

Поняття ІКТ має декілька підходів до визначення, які залежать від контексту використання і сфери застосування. Визначення змісту ІКТ у сфері туризму має свої особливості, оскільки цей сектор активно використовує їх як засіб для покращення обслуговування клієнтів, оптимізації операційних процесів та створення нових можливостей для малого й великого бізнесу (рис. 1).



Рис. 1. Сутність ІКТ в туризмі

Джерело: сформовано авторами на підставі [1–6].

ІКТ в туризмі розглядають як інструменти й системи, які забезпечують автоматизацію

та оптимізацію туристичних послуг; містять системи управління ресурсами, цифрові платформи для онлайн-бронювання, мобільні застосунки, віртуальні тури та інші технології, що забезпечують зручність для клієнтів й ефективність для бізнесу. Крім того, ІКТ в туризмі – це засіб для збору, аналізу та використання даних, а також для ухвалення управлінських рішень, що передбачає залучення систем бізнес-аналітики, обробки великих масивів даних (Big Data), управління взаємодією з клієнтами (CRM-систем) та інших інструментів, які дають змогу краще розуміти туристичний ринок, прогнозувати попит й оптимізувати ресурси, потрібні для формування якісної туристичної пропозиції.

У сучасному світі ІКТ використовують як інструмент для просування туристичних продуктів. Фокус спрямовано на використання цифрових маркетингових стратегій, як-от контент-маркетинг, соціальні медіа, SEO, онлайн-реклама. Завдяки ІКТ туристичні компанії можуть краще дослідити та проаналізувати потреби своїх клієнтів й ефективніше взаємодіяти з ними. ІКТ розглядають як інструмент для підвищення рівня та якості обслуговування споживачів і поліпшення їхнього досвіду в придбанні та споживанні туристичного продукту. Із цією метою передбачається використання чатботів, мобільних застосунків для самостійного бронювання, систем зворотного зв'язку, персоналізованих пропозицій, а також технологій віртуальної та доповненої реальності, що дають змогу клієнтам заздалегідь ознайомитися з туристичними об'єктами.

Завдяки технічним можливостям ІКТ у туризмі забезпечується широкий спектр напрямів поширення туристичних послуг, даючи змогу компаніям пропонувати свої продукти на міжнародному ринку, зокрема, з використанням глобальних систем дистрибуції (GDS), міжнародних платіжних систем, багатомовних платформ і цифрових каналів зв'язку для обслуговування клієнтів різних країн світу.

Розвиток ІКТ-інновацій у туристичній галузі відбувався поступово, у кілька етапів,

кожен з яких генерував інноваційні зміни в індустрію подорожей (рис. 2).



Рис. 2. Етапи впровадження інновацій та розвитку інформаційно-комунікаційних технологій у туризмі

Джерело: сформовано авторами на основі [1–11].

I. Початок – 60-ті роки XX століття:

На ранніх етапах розвитку туризму основними засобами комунікації були телефон та пошта. Провайдери туристичних послуг використовували паперові каталоги, щоб пропонувати своїм клієнтам поїздки, які можуть їх зацікавити. У 1960-х роках почали з'являтися перші комп'ютеризовані системи бронювання (CRS, Computerized Reservation Systems). Однією з перших таких систем стала SABRE, розроблена American Airlines у співпраці з IBM у 1960 році. Ця система стала основою для сучасних глобальних дистрибутивних систем (GDS).

II. 70–90-ті роки XX століття:

У 1980-х роках відбулося впровадження перших глобальних дистрибутивних систем (GDS), як-от Amadeus, Galileo, Worldspan та Sabre, які давали змогу туристичним агентам здійснювати бронювання авіаквитків, готелів та інших послуг у режимі реального часу. З поширенням персональних комп'ютерів та інтернету в 1990-х роках туристичні компанії почали створювати свої вебсайти, де клієнти могли самостійно знаходити й бронювати туристичні послуги. Інтернет сприяв виникненню туристичних онлайн-агентств таких як, наприклад, Expedia.

III. 2000-ні роки:

З початку 2000-х років значний розвиток отримали мобільні технології, що призвело

до появи мобільних застосунків для бронювання подорожей. Поява смартфонів зробила ІКТ ще доступнішими для туристів. Соціальні мережі, як-от Facebook, Instagram та Twitter, стали важливими каналами для маркетингу туристичних послуг. Вони дали змогу туристичним компаніям ефективніше взаємодіяти з клієнтами та просувати свої послуги.

IV. 2010-ті роки – до теперішнього часу:

Упровадження технологій штучного інтелекту (AI), великих масивів даних (Big Data) та інтернету речей (IoT) значно змінило туристичну індустрію. Наприклад, чатботи на основі AI допомагають туристичним компаніям автоматизувати обслуговування клієнтів, а Big Data дають змогу краще розуміти потреби клієнтів та пропонувати їм персоналізовані послуги. Віртуальна реальність (VR) і доповнена реальність (AR) стали інноваційними інструментами для створення інтерактивних туристичних подорожей (віртуальні екскурсії або попередній перегляд туристичних напрямів, які розглядає турист для подальшого відвідування).

Якщо провести паралелі між етапами впровадження інновацій в ІКТ на світовому рівні та в Україні, то треба зазначити, що перший етап у нашій країні затягнувся майже на весь період ХХ століття. Тільки всередині 1990-х, коли Україна відновила незалежність, національні оператори туристичного ринку, переорієнтувавшись на тенденції світової спільноти, починають поступово впроваджувати інноваційні інструменти ІКТ в туризмі. Середньостатистичний період відставання від загальносвітового інноваційного розвитку в Україні становив приблизно 10 років. Так, якщо в державах-лідерах використання соціальних мереж для потреб туристичного ринку започатковано ще у 2000-х, українські провайдери туристичних послуг оцінили можливості цього ресурсу тільки в наступному десятилітті.

Дуже інтенсивний поштовх для впровадження інновацій в ІКТ український ринок туристичних послуг отримав у період пандемії, викликаній COVID-19 [12]. Можна стверджувати, що у 2021 р. вітчизняна туристична

індустрія майже «наздогнала» решту провідних туристичних країн світу та запровадила всі основні інноваційні розробки ІКТ, що дало змогу у 2020 році зберегти галузь, а у 2021-му сприяло її відновленню.

Процес цифровізації української туристичної індустрії не припиняється й після початку повномасштабної війни. Саме завдяки доступності цифрових технологій є можливість працювати туроператорам і турагентам. Їх активно продовжують упроваджувати та розширюють спектр застосовування гіді, які започаткували дистанційні екскурсії з 2020 року і протягом 2021–2023 рр. паралельно з класичними послугами в режимі реальних зустрічей тепер для підтримки власної конкурентоспроможності створюють записи відеоекскурсій або проводять їх онлайн у режимі прямого ефіру, а також ведуть свій класичний чи відеоблог.

Сьогодні як у всьому світі, так і в Україні, незважаючи на воєнний стан, відбувається інтеграція ІКТ у стратегії сталого розвитку туризму. Ця концепція стає дедалі актуальнішою для туристичної індустрії. ІКТ допомагають туристичним компаніям упроваджувати екологічно відповідальні практики, зокрема, через моніторинг екологічного впливу власної діяльності, управління ресурсами та залучення туристів до екологічних ініціатив. Також цифрові платформи дають змогу туристам робити свідомий вибір на користь екологічно чистих подорожей, що передбачають, наприклад, вуглецево-нейтральні тури або проживання в екологічно сертифікованих готелях.

У класичному трактуванні ІКТ визначають як симбіоз технологій та технічних засобів. Але висвітлюючи ІКТ в туризмі й пригадавши концепцію сталого розвитку, окрему увагу варто приділити мові, яка, як базовий складник процесу комунікації, відіграє вирішальну роль та є основоположним засобом функціонування ІКТ в туристичній індустрії. Вона забезпечує ефективне спілкування між туристами, туристичними операторами, турагентами та іншими зацікавленими сторонами. Мова є важливим складником адапта-

ції туристичних продуктів і послуг до різних культур і регіонів. Туристичні вебсайти, системи бронювання та інші цифрові платформи часто перекладають декількома мовами, але стало головною мовою міжнародного спілкування залишається саме англійська. Переклад вебсайтів, застосунків англійською мовою допомагає туристам легко замовляти потрібні послуги, незалежно від місця їх перебування, швидко знаходити інформацію про місцеві визначні пам'ятки, маршрути, готелі та ресторани. Системи голосового управління – голосові помічники – допомагають туристам отримувати потрібну інформацію без необхідності вводити текст вручну.

З іншого боку, для міжнародних туристів мовний бар'єр може стати значною перешкодою, тому ІКТ забезпечують засоби автоматичного перекладу тексту та мови в режимі реального часу, що дає змогу туристам спілкуватися з місцевими жителями, дізнаватися про місцеві традиції та особливості культури. Тож мобільні застосунки з функцією перекладу можуть стати незамінними помічниками для мандрівників у незнайомих країнах.

Відомо, що великий вплив на зростання іміджу туристичної компанії та популяризацію подорожей мають відгуки споживачів послуг. Рушійною силою наразі є різного роду блоги, у яких клієнти діляться своїми враженнями та емоціями, підкріплюючи інформацію світлинами, відеозаписами з місця відпочинку, які потім поширюють через соціальні мережі та допомагають привернути увагу інших користувачів. Здатність AI створювати субтитри англійською мовою дає змогу охопити більшу кількість іноземних споживачів, які здійснюють самостійний моніторинг країни-дестинації, без сторонньої допомоги бронюють готелі та послуги. Традиційно виокремлюють кілька переваг, які слід урахувати при застосуванні соціальних мереж у туристичній галузі: 1) використання таких каналів збільшує ймовірність охоплення нових потенційних споживачів; 2) туристи, які залишають відгуки або ведуть блоги про подорожі, виконують роль проміжної ланки в спілкуванні між туристичною фірмою

та потенційними споживачам; 3) завдяки присутності в соціальних мережах та постійному моніторингу й контролю туристична фірма може керувати своєю репутацією, вчасно реагуючи на всі сигнали онлайн-аудиторії; 4) залежно від регіону, створення партнерських відносин з онлайн-туристичними агенціями, транспортними компаніями, готелями, ресторанами, що задіяні в туристичному бізнесі, можуть доповнювати свою пропозицію в соціальних мережах, і туристи будуть зацікавлені їх відвідувати; 5) соціальні мережі доцільно використовувати для просування та реклами, стимулюючи більшу цікавість користувачів інтернету.

Отже, оскільки можливості ІКТ допомагають долати мовні бар'єри, то можна стверджувати, що глибока імплементація ІКТ-інновацій у туристичній галузі не тільки є ключовим чинником конкурентоспроможності, а й дає змогу компаніям створювати світ без кордонів. Соціальні медіаплатформи дають змогу туристам ділитися досвідом різними мовами, що сприяє глобальній комунікації та обміну інформацією про туристичні місця й послуги. Туристичні компанії активно використовують мову в онлайн-чатах, чатботах та інших цифрових сервісах підтримки клієнтів [5]. Немає сенсу взайве підкреслювати необхідність високого рівня володіння професійною іноземною мовою самими фахівцями туристичної індустрії, про це вже сказано також багато [13]. Причому іноземною професійною термінологією мають володіти й спеціалісти, які перебувають у безпосередньому контакті з туристами, і ті, хто дотичний тільки до технічних питань упровадження та функціонування ІКТ-інновацій.

Разом з масивами систематизованої різнопланової інформації, технологіями та програмно-технічними засобами мова створює так званий інтелектуальний простір [5], який найяскравіше реалізується в Smart City (смартмістах) та в смарттуризмі, що є одним із напрямів упровадження сталого туризму в населених пунктах. Україна має досвід упровадження концепції Smart City з 2015 р. та її окремі елементи так чи так реалізовані

в Києві, Івано-Франківську, Львові, Мукачеві, Дрогобичі, Запоріжжі, Полтаві, Тернополі та Харкові. Крім того, до початку 2022 року до цього переліку належав і Маріуполь, запровадивши систему «безпечне місто» [14].

Отже, мова є невід'ємним складником в ІКТ в туризмі, сприяючи кращому обслуговуванню мандрівників, полегшенню комунікації і створенню якісного туристичного досвіду на основі реалізованих інноваційних рішень. Відповідно, базова структура ІКТ в туризмі, що є основою впровадження інновацій, має вигляд, представлений на рис. 3.

Спираючись на рис. 3, можемо стверджувати, що інформаційно-комунікаційні технології в туризмі становлять синхронізовану взаємодію звукових та графічних елементів передавання інформації, технологій, методів, технічних засобів і програмних продуктів для формування та підтримки інформаційних потоків з метою систематизації управлінської діяльності для створення, просування й реалізації комплексного туристичного продукту або окремих його складників.



Рис. 3. Базова структура ІКТ в туризмі відповідно до груп реалізованих інновацій

Джерело: доповнено авторами [15].

Системний огляд та порівняння ситуації щодо інноваційного розвитку ІКТ в туризмі на міжнародному рівні та в Україні дає змогу ідентифікувати функції ІКТ-інновацій в умовах сучасного українського туризму (рис. 4).

Загальні функції – це функції ІКТ-інновацій, що притаманні багатьом туристичним дестинаціям світу й реалізуються на міжнародному рівні. Специфічні функції ІКТ-інновацій, представлені на рис. 3 поза межами геометричних фігур, – це ті, що про-

являються в межах функціонування туристичної індустрії саме в нашій країні протягом останніх двох років в умовах воєнного стану.

Серед тих функцій, що є критично важливими (та є складником антикризових заходів з управління галуззю) варто відзначити збереження національно-історичної пам'яті та створення можливостей відновити знищені ворогом історико-культурні об'єкти й споруди через їх оцифрування та за потреби (у разі знищення) подальше відтворення у віртуальному та реальному просторі. Також завдяки цифровим технологіям музейні установи, що евакуювали свої колекції, можуть пропонувати відвідувачам виставки у вигляді творчих артпроектів, створених на основі оцифрованих експозицій.



Рис. 4. Загальні та специфічні функції ІКТ-інновацій в умовах сучасного українського туризму (загальні функції – у блакитних зонах, специфічні – поза межами геометричних фігур)

Джерело: складено авторами на основі [1–6].

Попри всі сучасні виклики Україна посідає 5-те місце у світі за рівнем цифровізації [16]. Серед найбільш затребуваного та реалізованого в межах порталу й мобільного застосунку «Дія» стала цифровізація реєстраційно-дозвільних процедур для малого й середнього бізнесу, що особливо актуально для суб'єктів туристичної індустрії та сфери гостинності в умовах воєнного стану та релокації власного бізнесу.

Відповідно до даних офіційної статистики [17] рівень впровадження ІКТ інновацій

серед українських підприємств туристичної індустрії не можна назвати високим (табл. 1).

Дані, представлені в табл. 1, свідчать, що, незважаючи на доступність для більш ніж $\frac{3}{4}$ підприємств галузі послуг інтернет-зв'язку, тільки орієнтовно $\frac{1}{3}$ туроператорів та турагентів здійснюють електронну торгівлю, приблизно $\frac{2}{3}$ використовують соціальні медіа й менш ніж $\frac{1}{4}$ купують послуги хмарних обчислень. Рівень упровадження ІКТ-рішень та інновацій у закладах гостинності ще нижчий: електронна торгівля реалізується у $\approx 20\%$ від загальної кількості закладів; опанування соціальних медіа здійснюється в $\approx 47\%$ підприємств; послуги хмарних обчислень купують $\approx 10\%$. За даними статистики на початок 2022 року орієнтовно $\frac{2}{3}$ туроператорів та турагентів мали свій сайт; серед підприємств готельно-ресторанної сфери цей показник становить трохи більш ніж 50% . Технології AI станом на 2022 р. використовували $6,6\%$ туроператорів та турагентств, а також у середньому $6,1\%$ закладів гостинності [17].

Проведений аналіз демонструє, що, незважаючи на революційність наявних в Україні цифрових продуктів, рівень інформатизації

туристичної індустрії залишається невисоким. Це також безпосередньо пов'язано з вартістю окремих цифрових інструментів та програмних продуктів і фінансово-економічною нестабільністю, у стані якої перебуває більшість суб'єктів господарювання туристичної сфери. Тому в найближчому майбутньому провайдерам туристичних послуг варто зосередити увагу на доступних складниках інноваційних ІКТ-рішень, а саме:

- підвищення інтенсивності та ефективності використання соціальних медіа (можна розпочинати зі створення та наповнення звичайної сторінки в соціальних мережах без залучення спеціалізованих платформ, які дають змогу планувати публікації та аналізувати активність користувачів);

- використання бюджетних чи безкоштовних версій CRM-систем (Bitrix24), конструкторів вебсайтів (Wix.com) та чатботів (Tawk.t) для живого спілкування з клієнтами на сайті;

- застосування бюджетних чи безкоштовних інструментів для аналітики даних (Google Analytics – для аналізу відвідуваності сайту та поведінки клієнтів);

Таблиця 1

Рівень упровадження ІКТ в туристичній галузі України

	2018	2020	2022*	2018	2020	2022*
	одиниць			% до загальної кількості		
Кількість підприємств, які мають доступ до послуг мережі Інтернет						
Туроператори та турагенти	162	-	149	86,0		76,4
Заклади тимчасового розміщення та харчування	1279	-	1240	81,4	-	71,8
Заклади тимчасового розміщення	450	-	436	93,8	-	85,0
Кількість підприємств, які здійснювали електронну торгівлю						
Туроператори та турагенти	57	54	32	30,8	27,6	35,9
Заклади тимчасового розміщення та харчування	147	170	94	9,4	10,1	10,9
Заклади тимчасового розміщення	115	111	66	24	22,1	23,4
Кількість підприємств, що використовують соціальні медіа						
Туроператори та турагенти	116	-	54	62,7	-	60,1
Заклади тимчасового розміщення та харчування	641	-	347	41,0	-	40,2
Заклади тимчасового розміщення	255	-	135	53,3	-	52,8
Кількість підприємств, що купують послуги хмарних обчислень						
Туроператори та турагенти	42		20	22,7	-	22,0
Заклади тимчасового розміщення та харчування	130		75	8,3	-	8,7
Заклади тимчасового розміщення	61		31	12,7	-	12,0

*Інформація сформована на основі даних ініціативно поданих звітів підприємств

Джерело: [17].

– залучення безкоштовних хмарних сховищ (Google Drive, Dropbox);

– мотивація персоналу до опанування сучасних цифрових інструментів на тлі опанування професійної іноземної мови на рівні не менш ніж B2 (вище середнього) та співпраця із ЗВО, які готують фахівців галузі з необхідним набором компетентностей у сфері професійного мовознавства та цифрової грамотності для туристичної індустрії.

Висновки. Проведене дослідження дає змогу сформулювати такі висновки:

1. ІКТ-інновації протягом періоду з початку ХХ століття і до теперішнього часу стали невід’ємним складником сучасної туристичної індустрії. Вони інтенсивно впливають на управління бізнес-процесами, полегшують обслуговування клієнтів та створюють нові можливості для просування туристичних продуктів як на внутрішньому, так і на міжнародному ринку.

2. В умовах пандемії COVID-19 та війни в Україні інновації в ІКТ стали критичним фактором, який дав змогу зберегти функціонування галузі в період її трансформації як на національному, так і на міжнародному ринку. Дистанційні екскурсії, онлайн-бронювання,

цифровий маркетинг і системи управління туристичними ресурсами сприяли підтримці активності вітчизняного туризму.

3. Українська туристична індустрія хоч і відставала від провідних світових тенденцій, зараз активно інтегрує новітні цифрові технології, що сприяє її поступовому розвитку та адаптації до сучасних викликів, включно з умовами воєнного стану. Протягом останніх двох років упровадження ІКТ-інновацій в українському туризмі не тільки дає змогу реалізувати стандартні, притаманні для світової туристичної індустрії функції, а й виконує роль промоутера унікальної української культури та каталізатора відновлення галузі, економіки країни та суспільства загалом.

4. Для підвищення рівня цифровізації серед підприємств галузі необхідно звернути увагу на бюджетні інструменти інформатизації операційної діяльності та на рівень наявних мовних і цифрових професійних компетентностей власних працівників.

Отже, роль ІКТ-інновацій для розвитку туризму в Україні є надзвичайно важливою, а їх ефективна імплементація сприятиме подальшому впровадженню концепції сталого розвитку та якісному перетворенню галузі в післявоєнний період.

Література

1. Лисюк Т. В., Ройко Л. Л., Білецький Ю. В. Інноваційні інформаційно-комунікативні технології. *Економіка та суспільство*. 2022. Вип. 43. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-43-26>
2. Лисюк Т. В., Ройко Л. Л., Білецький Ю. В. Цифрові інноваційні технології у сфері туризму України. *Економіка та суспільство*. 2023. Вип. 52. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-52-36>
3. Феленчак Ю. Б., Шевчук І. Б., Нові напрями використання інформаційно-комунікативних технологій у сфері туризму. *Інфраструктура ринку*. 2019. Вип. 36. С. 69–74. DOI: <https://doi.org/10.32843/infrastructure36-11>
4. Кучай О. Інтернет-технології та міжнародний туристичний бізнес. *Вісник Київського національного лінгвістичного університету. Серія Історія, економіка, філософія*. 2021. № 26. С. 44–56. DOI: <https://doi.org/10.32589/2412-9321.26.2021.269887>
5. Білозубенко, В., Разінькова, М., Небаба, Н., Ятчук, О. Комунікаційні та інформаційні технології в туризмі: теоретико-методичний аспект. *Вісник Київського національного університету технологій та дизайну. Серія Економічні науки*. 2020. №3 (147). С. 48–56. DOI: <https://doi.org/10.30857/2413-0117.2020.3.4>
6. Подзігун С., Малярчук Н. Любимий О. Управління інформаційно-комунікаційною політикою в сфері туризму. *Економіка та суспільство*. 2023. Вип. 53. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-53-49>
7. Leung D. Development of Information and Communication Technology: From e-Tourism to Smart Tourism. *Handbook of e-Tourism*. Springer. 2022. pp. 1-33. https://link.springer.com/referenceworkentry/10.1007/978-3-030-05324-6_2-1
8. Pahrudin P., Hsieh T.-H., Liu L.-W. Information, Communication, and Technology in the Field of Tourism and Hospitality: A Bibliometric Approach. 3rd IEEE International Conference on Electronic Communications, Internet of Things and Big Data Conference 2023, Taichung, Taiwan, 14–16 April 2023., 38(1), 4; DOI: <https://doi.org/10.3390/engproc2023038004>
9. Bąk I., Barej-Kaczmarek E., Sulikowski P. Impact of Information and Communication Technologies on the Tourism Sector. *European Research Studies Journal*. Volume XXV, Issue 3, 2022. 595–606. DOI: [10.35808/ersj/3052](https://doi.org/10.35808/ersj/3052)

10. Azwan M. C. The Role of Information and Communication Technology in Tourism Industry Development: Trends and Future Prospects. *Journal of Tourisma*, 2024. 1(1), 21–26. <https://nawalaeducation.com/index.php/JT/article/view/513>
11. Sustacha I., Baños-Pino J. F., Del Valle E. The role of technology in enhancing the tourism experience in smart destinations: A meta-analysis. *Journal of Destination Marketing and Management*. 2023. Vol. 30. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.jdmm.2023.100817>
12. Dyachenko, Y., Humenna, O., Zelenko, O., Ngabonziza, B. (2021). Role of Creativity, Innovations, Digital and Cognitive Technologies for Marketing of Family, Small and Medium Tourism Businesses in Regional Economic Development during and after Coronavirus Pandemic. *Almatourism*, № 23. 199–219. DOI: <https://doi.org/10.6092/issn.2036-5195/12330>
13. Рац М. А., & Густі І. І. Туризм і вивчення англійської мови за професійним спрямуванням на Закарпатті. *Acta Academiae Beregsasiensis: Geographica Et Recreatio*, 2024. (3), 75–80. DOI: <https://doi.org/10.32782/2786-5843/2024-3-8>
14. Smart City Ukraine: що це та як це працює в українських реаліях. Visit Ukraine. 4 липня 2023: <https://visitukraine.today/uk/blog/2183/smart-city-ukraine-what-it-is-and-how-it-works-in-ukrainian-realities#yak-viglyadayus-smart-city-ta-skilki-ix-u-sviti>
15. Князевич А. О., Дяченко Л. А., Крайчук С. О., Демидюк С. М. Інформаційні технології як ключова складова системи комунікативного менеджменту підприємств туристичної галузі. *Ефективна економіка*. 2021. № 9. DOI: <https://doi.org/10.32702/2307-2105-2021.9.4>
16. Паливода В. Топ-10 цифровізованих країн – яке місце посіла Україна. *Спека*. 20.09.2024. <https://speka.media/top-10-cifrovizovanih-krayin-yake-misce-posila-ukrayina-v5wrwx>
17. Використання інформаційно-комунікаційних технологій на підприємствах. Державна служба статистики України. URL: https://ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2018/zv/ikt/arh_ikt_u.html

References

1. Lysyuk T.V., Roykob L.L., & Biletskyi Y.V. (2022). Innovatsiyni informatsiyno-komunikatyvni tekhnolohiyi. [Innovative information and communication technologies]. *Economy and society*. Issue 43. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-43-26> [in Ukrainian].
2. Lysyuk, T. V., Royko, L. L., & Biletskyi Y. V. (2023). Tsyfrovi innovatsiyni tekhnolohiyi u sferi turyzmu Ukrayiny [Digital innovative technologies in the sphere of tourism of Ukraine]. *Economy and society*. Issue 52. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-52-36> [in Ukrainian].
3. Felinchak, Yu.B., & Shevchuk, I.B., (2019). Novi napryamy vykorystannya informatsiyno-komunikatyvnykh tekhnolohiy u sferi turyzmu [New directions of using information and communication technologies in the field of tourism]. *Market infrastructure*. Issue 36, 69–74. DOI: <https://doi.org/10.32843/infrastruct36-11> [in Ukrainian].
4. Kuchai, O. (2021). Internet tekhnolohiyi ta mizhnarodnyy turystychnyy biznes [Internet technologies and international tourist business]. *Bulletin of the Kyiv National Linguistic University. History, economy, philosophy series..* No. 26. 44–56. DOI: <https://doi.org/10.32589/2412-9321.26.2021.269887> [in Ukrainian].
5. Bilozubenko, V., Razinkova, M., Nebaba, N., & Yatchuk, O. (2020). Komunikatsiyni ta informatsiyni tekhnolohiyi v turyzmi: teoretyko-metodychnyy aspekt [Communication and information technologies in tourism: theoretical and methodological aspect]. *Bulletin of the Kyiv National University of Technology and Design. Economic sciences series.* No. 3 (147). 48–56. DOI: <https://doi.org/10.30857/2413-0117.2020.3.4> [in Ukrainian].
6. Podzigun, S., Malyarchuk, N. & Lyubiviy, O. (2023). Upravlinnya informatsiyno-komunikatsiynoyu politykoyu v sferi turyzmu [Management of information and communication policy in the sphere of tourism]. *Economy and society*. Issue 53. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-53-49> [in Ukrainian].
7. Leung, D. (2022). Development of Information and Communication Technology: From e-Tourism to Smart Tourism. *Handbook of e-Tourism*. Springer. 1–33. https://link.springer.com/referenceworkentry/10.1007/978-3-030-05324-6_2-1 [in English].
8. Pahrudin, P., Hsieh, T.-H., & Liu, L.-W. (2023). Information, Communication, and Technology in the Field of Tourism and Hospitality: A Bibliometric Approach. 3rd IEEE International Conference on Electronic Communications, Internet of Things and Big Data Conference, Taichung, Taiwan, 14–16 April., 38(1), 4; DOI: <https://doi.org/10.3390/engproc2023038004> [in English].
9. Bąk, I., Barej-Kaczmarek, E., & Sulikowski, P. (2022). Impact of Information and Communication Technologies on the Tourism Sector. *European Research Studies Journal*. Volume XXV, Issue 3, 595–606. DOI: 10.35808/ersj/3052 [in English]
10. Azwan, M. C. (2024). The Role of Information and Communication Technology in Tourism Industry Development: Trends and Future Prospects. *Journal of Tourism*, 1(1), 21–26. <https://nawalaeducation.com/index.php/JT/article/view/513> [in English].

11. Sustacha, I., Baños-Pino, J.F., & Del Valle, E. (2023). The role of technology in enhancing the tourism experience in smart destinations: A meta-analysis. *Jornal of Destination Marketing and Management*. Vol. 30. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.jdmm.2023.100817> [in English].
12. Dyachenko, Y., Humenna, O., Zelenko, O., & Ngabonziza, B. (2021). Role of Creativity, Innovations, Digital and Cognitive Technologies for Marketing of Family, Small and Medium Tourism Businesses in Regional Economic Development during and after the Coronavirus Pandemis. *Almatourism*, No. 23. 199–219. DOI: <https://almatourism.unibo.it/article/view/12330> [in English].
13. Rats, M.A., & Gusti, I.I. (2024). Tourism and professional English language learning in Transcarpathia. *Acta Academiae Beregsasiensis: Geographica Et Recreatio*. (3), 75–80. DOI: <https://doi.org/10.32782/2786-5843/2024-3-8> [in English].
14. Smart City Ukraine: (2023). shcho tse ta yak tse pratsyuye v ukraïns'kykh realiyakh [Smart City Ukraine: what it is and how it works in Ukrainian realities]. Visit Ukraine. July 4, Retrieved from: <https://visitukraine.today/uk/blog/2183/smart-city-ukraine-what-it-is-and-how-it-works-in-ukrainian-realities#yak-viglyadayus-smart-city-ta-skilki-ix-u-sviti> [in Ukrainian].
15. Knyazevich, A. O., Dyachenko, L. A., Kraychuk, S. O., & Demydyuk, S. M. (2021). Informatsiyni tekhnolohiyi yak klyuchova skladova systemy komunikatyvnoho menedzhmentu pidpryyemstv turystychnoyi haluzi [Information technologies as a key component of the communicative management system of enterprises in the tourism industry]. *Efficient economy*. No. 9. DOI: <https://doi.org/10.32702/2307-2105-2021.9.4> [in Ukrainian].
16. Palivoda, V. (2024). Top-10 tsyfrovizovanykh krayin – yake mistse posila Ukrayina? [Top-10 digitized countries – what place did Ukraine take?] *Speka*. September 9th. Retrieved from: <https://speka.media/top-10-cifrovizovanix-krayin-yake-misce-posila-ukrayina-v5wrwx> [in Ukrainian].
17. Vykorystannya informatsiyno-komunikatsiynykh tekhnolohiy na pidpryyemstvakh [Use of information and communication technologies at enterprises]. State Statistics Service of Ukraine. Retrieved from: https://ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2018/zv/ikt/arh_ikt_u.html [in Ukrainian].