

Література

1. Бацевич Ф. С. Основи комунікативної лінгвістики: підручник. Київ: ВЦ Академія, 2004. 324 с.
2. Мацько Л. І., Мацько О. М. Риторика: навч. посіб. Київ: Вища школа, 2003. 311 с.
3. Сивачук Н. П. Фольклорна практика. Уманський державний педагогічний університет ім. Павла Тичини. 2-ге вид. Київ : Національний педагогічний університет імені М. П. Драгоманова, 2008. 68 с.

Цвілий С.М.

*кандидат економічних наук,
доцент кафедри туристичного,
готельного та ресторанного бізнесу*

Зайцева В.М.

*кандидат педагогічних наук,
завідувач кафедри туристичного,
готельного та ресторанного бізнесу*

Сокол К.М.

*здобувач вищої освіти
Національний університет «Запорізька політехніка»*

**ПОВОЄННИЙ РОЗВИТОК ПІДПРИЄМСТВ ІНДУСТРІЇ
ТУРИЗМУ НА ОСНОВІ ВПРОВАДЖЕННЯ ІНФОРМАЦІЙНИХ
ТЕХНОЛОГІЙ**

***Анотація.** Досліджено сучасні реалії інформатизації індустрії туризму. Згруповано інформаційні технології в індустрії туризму. Узагальнено базові інформаційні рішення в повоєнному відновленні індустрії туризму. Запропоновані напрями впровадження інформаційних технологій у туристичний простір. Зроблено висновок, що гранд-фактормами при купівлі туру залишаться ціна і якість.*

***Ключові слова:** туризм, інформаційні технології, індустрія, дані, ринок.*

Tsviliy S., Zaytseva V., Sokol K. Post-war development of tourism industry enterprises based on the implementation of information technologies. The modern realities of informatization of the tourism industry have been studied. Information technologies in the tourism industry are grouped. The basic information solutions in the post-war recovery of the tourism industry are summarized. Proposed areas of introduction of information technologies in the tourist space. It was concluded that price and quality will remain the main factors when buying a tour.

Key words: *tourism, information technology, industry, data, market.*

Актуальність дослідження. Інформатизація проникає у різні сфери життєдіяльності людини, у тому числі, в індустрію туризму. Динаміка розвитку глобального туризму зумовлена досягненнями науково-технічного прогресу, застосуванням комп'ютерних симуляторів, розробкою віртуальної реальності, просуванням мобільних, інтернет-технологій, розвитком ІТ-сфери. Криза COVID-19 стала найбільшою для світової туристичної галузі і безпрецедентною за наслідками. Порівняно з попередніми економічними спадами у цій ситуації туристична індустрія зазнала повного локдауну [1]. Однак, це породило нові можливості та дозволило накопичити потужний потенціал відкладеного попиту, відкрилися нові можливості для територіального туризму. Країни, регіони та території, які бажають збільшити туристичний потік, змушені підлаштовуватися під нові вподобання клієнтів, у т.ч. завдяки використанню інформаційних технологій. Індустрія туризму України зараз перебуває в кризовій фазі трансформації, яка викликана військовою агресією росії. Безумовно, після перемоги над ворогом туризм стане локомотивом відновлення вітчизняної економіки. У цьому зв'язку значну роль повинно відігравати використання інформаційних технологій, що визначає даний напрямок дослідження як актуальний та своєчасний.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблеми функціонування індустрії туризму в Україні в умовах кризи й після її закінчення досліджували такі науковці, як: Артеменко О., Баженова С., Бикова М., Деділова Т., Єгорова В., Зайцева В., Кассуха З., Моца А., Носирєв О., Серєда Н., Токар І., Пасічник В., Шевчук С., інші вчені. Взагалі, специфіка використання інформаційних технологій в туризмі

розкрита в роботах сучасних дослідників достатньо широко, водночас, невирішеними залишаються питання ролі та перспектив інформаційних технологій в туризмі для економіки післявоєнного відновлення. Більшість науковців у дослідженнях та наукових доробках довела, що післявоєнне відновлення індустрії туризму зумовлює логічність використання інформаційних технологій.

Метою даного дослідження є вивчення перспектив інформаційних технологій у післявоєнному розвитку туристичної індустрії. У дослідженні цієї проблематики використано методи: узагальнення, теоретичний і порівняльний аналіз, абстрагування.

Виклад основного матеріалу. Наявність достовірної інформації є базовою умовою ведення підприємницької діяльності у туризмі. Підприємства індустрії туризму здатні ефективно використати інформаційний ресурс у післявоєнному періоді і можуть стати лідерами ринку та забезпечити прискорення відновлення та розвиток туризму. Ті підприємства туристичної індустрії, які будуть активно впроваджувати сучасні інформаційні технології, стимулюють інформаційного середовища, яке має стати найважливішим чинником трансформації туризму [5]. Післявоєнний рівень розвитку інформаційних технологій суттєво вплине на всі аспекти організації туристичного бізнесу: за допомогою інтернет-технологій вже з'явилася можливість керувати в реальному часі туристичними об'єктами у будь-якій точці земної кулі. Це дозволяє створювати принципово нові типи організацій: просторово-розподілені мережеві структури, віртуальні фірми.

Світова туристична індустрія зазнає фундаментальних змін, пов'язаних із технологіями. За останнє десятиліття розвиток технологій суттєво перетворив процес вивчення і бронювання туристичних послуг [2]. Інформаційні технології стали головним напрямом стратегії розвитку культури та туризму майбутнього. Інформаційні технології в просторі сприяють моментальній інтеграції туриста до туристичного середовища, дозволяють йому самостійно планувати подорож, спілкуватися з місцевими жителями території через навушник із синхронним перекладом, отримувати персональні рекомендації щодо відвідування музеїв, місць для відпочинку та розваг з урахуванням його переваг тощо [4]. Перелічені додаткові цінності для споживача від використання інформаційних технологій в процесі отримання туристичного продукту

необхідно опанувати операторам вітчизняного ринку у процесі розроблення стратегії післявоєнного бізнесу.

Розвиваючи вітчизняну індустрію туризму у післявоєнному періоді слід враховувати основні напрями формування інформаційного суспільства у світі, до яких віднесено: вільний доступ до різної туристичної інформації; розвиток людського потенціалу інформаційного суспільства; створення електронних програм інфраструктури туризму; розвиток мовної різноманітності, культурної самобутності; розвиток спеціалізованих цілеспрямованих електронних ЗМІ [3]. Сучасний інформаційний туризм слід розуміти як концепцію, що базується на постійному і систематичному застосуванні ІТ у створенні додаткової цінності туристичного досвіду для клієнтів. Впровадження інформаційних технологій в післявоєнному відновленні індустрії туризму повинно дозволити не тільки спростити та пришвидшити окремі туристичні процеси та процедури, а і підвищити конкурентоспроможність галузі, забезпечити сталий її розвиток та інтеграцію до повоєнного життя суспільства і економіки. Основні ІТ в індустрії туризму такі [6]: великі дані (Big Data), інтернет речей (IoT), штучний інтелект (AI), віртуальна і доповнена реальність (VR/AR), блокчейн, мобільні додатки.

Роль і використання інформаційних технологій у післявоєнних розробках та планах розвитку індустрії туризму мають сприяти вирішенню таких задач:

- адекватна оцінка стану туристичної сфери і базових проблем розвитку;
- визначення пріоритетних напрямків розвитку туристичної індустрії, які найбільше відповідають інтересам інвесторів, бізнесу, населення;
- покращення іміджу та збільшення привабливості туристичної території;
- стимулювання соціально-економічного розвитку певної вітчизняної території на основі розвитку її туристичної інфраструктури;
- забезпечення туриста детальною та актуальною інформацією щодо найширшого спектра туристичних тем, маршрутів, атракцій, локацій тощо;
- надання мікро- й малим туристичним організаціям можливості недорого та ефективно просувати на ринок свої послуги, сервіси та інші пропозиції;
- забезпечення економічного способ будь-яким вітчизняним організаціям розповсюджувати туристичну інформацію через цифрові мережі;

- надання альтернативної системи маркетингу й інформаційних каналів;
- створення відкритої інформаційної системи продажу послуг в туризмі.

До «найважливіших» інформаційних рішень доцільно віднести наступні:

- створення туристичного маркетплейсу та централізація зусиль щодо просування комплексного туристичного продукту України;
- впровадження та розвиток мультимовних сервісів допомоги туристам, включаючи інформаційні сервіси, сервіси навігації та самообслуговування, з метою підвищення доступності, якості та привабливості туристичних послуг, зростання ефективності використання інформаційних туристичних ресурсів;
- розробка і реалізація інформаційної туристичної карти гостя та аналогічного мобільного додатка в різних локаціях та на різних територіях України (аналог міжнародних карт і додатків для мобільних пристроїв, що дозволяють туристу переміщатися різними видами транспорту, дізнаватися про культурні події, користуватися знижками при відвідуванні туристичних місць);
- надання прозорості інформаційної системи оцінки якості туристичних послуг, створення рейтингу їх та об'єктів по туристичних територіях України;
- забезпечення можливості ознайомлення з культурними та природними пам'ятками, експозиціями музеїв, туристичними маршрутами в онлайн-режимі з використанням технологій візуалізації, віртуальних екскурсій та інше;
- створення та розвиток сервісів доповненої реальності для навігації по містах і об'єктах показу та демонстрації (виставковим центрам, художнім галереям, музеям тощо) для підвищення привабливості туристичних об'єктів та ефективності використання вітчизняних туристичних ресурсів;
- розвиток системи відкритих даних для підвищення прозорості роботи організацій й системи управління індустрією туризму, створення сприятливих умов та інфраструктури для розвитку нових видів туристичних послуг;
- впровадження та розвиток технологій штучного інтелекту й великих даних для їх збору та аналізу, розвиток системи просування туристичних послуг, формування найбільш актуальних для

мандрівника пропозицій з урахуванням його побажань, погодних умов, дорожньої ситуації тощо;

- розвиток інформаційних сервісів онлайн-побудови туристичного маршруту з можливістю купівлі квитків та бронювання готелів;
- створення електронного майданчика для залучення самозайнятих осіб у туристичну діяльність (гіди, інструктори, екскурсоводи, інші діячі);
- розробка мультимедійних програм для об'єктів показу, сервісів аудіо-та відео-гідів з можливістю їх інтеграції з GPS-навігацією, використанням QR-кодів для формування запитів.

Напрями впровадження інформаційних технологій у туристичний простір повинні включати: онлайн-сервіси з персональними рекомендаціями на основі великих даних; гаджети синхронного перекладу; сервіси спільного споживання; розумну систему навігації, адаптивну до іноземних мов; безкоштовний інтернет у громадських місцях; використання мультимедійних технологій й гід-додатків.

Має сенс окремо виділити інтернет-технології, під якими слід розуміти технології мережі Інтернет, що сприяють створенню та подальшому існуванню різних інформаційних ресурсів і додатків, що використовуються для взаємодії учасників бізнесу [8]. В даний час туристичні фірми використовують інтернет-технології для двох основних цілей: маркетингу та прямих продажів послуг. Активно використовуються інтернет-технології: онлайн-бронювання, онлайн-купівля туристичного продукту, відстеження пристрастей клієнтів, сайти [9].

Вже маючи у арсеналі повоєнного використання широкий спектр різних представників інтернет-технологій, туристичний бізнес потребує їх подальших поліпшень та інших інновацій, здатних ще більшою мірою спростити процес створення та просування туристичного продукту. Мають перспективу кілька напрямів інновацій у сфері інтернет-технологій для туристичних фірм [7]: 1) реклама, інформування клієнта, формування позитивного іміджу; 2) об'єднання всіх учасників ланцюжка формування вартості туристичного продукту, таких як: туроператор, страховик, перевізник, готель та інші; 3) організація бізнесу, наприклад, використання баз даних та статистики на основі веб-сайту.

Взагалі, незважаючи на очікування стрімкого післявоєнного відновлення індустрії туризму та розвитку ринку онлайн-продажів туристичних послуг, великим туроператорам в Україні не слід боятися переходу більшості туристів до самостійних онлайн-бронювань, оскільки визначальним фактором при купівлі туру буде залишається ціна. На

другому місці – співвідношення ціни та якості. Тобто ті туристи, які вже кілька років подорожують, будуть цінувати якість. Туроператор з власними чартерними ланцюжками, власними готелями, гарантованими блоками місць у найбільших готелях також буде пропонувати туристам унікальні низькі ціни, які забезпечать його конкурентоспроможність. Також велику роль для туристів відіграватимуть: можливість бути на зв'язку з туроператором й отримання допомоги і підтримки у разі виникнення проблем.

Водночас, єдиної політики, стратегії, тактики та стандартів побудови інформаційного забезпечення в туристичній індустрії сьогодні не існує, хоча сучасна світова інформатизація туризму реально стає процесом його інтеграції, причому відбувається інформаційне об'єднання персоналу та клієнтів туризму.

Висновки. В останні роки туристична індустрія у світі формувалася під впливом факторів, зумовлених розвитком інформаційних технологій. В свою чергу, це вимагає від учасників вітчизняного туристичного ринку розуміння й врахування нових повоєнних тенденцій і течій, які трансформуватимуть бізнес шляхом зміни підходів, способів спілкування, партнерства, обміну інформацією й даними. Інформаційні технології радикально змінили спосіб життя, дозвілля, відпочинок, мобільність, туризм у загальній концепції, а також всіх проявах та формах [10]. Для повоєнного відновлення та розвитку туризму в Україні треба розробляти та впроваджувати комплексні туристичні продукти для реалізації у трансформаційному інформаційному середовищі, яке має розкривати потенціал та можливості вітчизняних туристичних дестинацій, територій локацій. Наразі, у післявоєнному періоді виникне необхідність у зміні підходу з боку держави щодо сприяння швидкому впровадженню інноваційних цифрових технологій компаніями мікро-, малого, середнього бізнесу в індустрії туризму. В даному напрямку подальші наукові дослідження будуть актуальними і своєчасними.

Література

1. Баженова С., Пологовська Ю., Бикова М. Реалії розвитку туризму в Україні на сучасному етапі. *Наукові перспективи*. 2022. № 5(23). С. 168–180.
2. Кукліна Т. С., Цвілий С. М., Журавльова С. М. Загальні тенденції розвитку світового туризму: від коронавірусу до військової агресії.

Підприємництво та інновації. Науковий журнал. Київ : ПВНЗ «Міжнародний університет фінансів». 2022. Вип. 23. С. 12–15.

3. Моца А., Шевчук С., Серeda Н. Перспективи післявоєнного відновлення сфери туризму в Україні. *Економіка та суспільство.* 2022. № 41.

4. Носирєв О., Деділова Т., Токар І. Розвиток туризму та індустрії гостинності в стратегії постконфліктного відновлення економіки України. *Соціально-економічні проблеми і держава.* 2022. Вип. 1(26). С. 55–68.

5. Помаза-Пономаренко А. Л. Розвиток туризму в Україні у воєнний та післявоєнний періоди. *Вчені записки ТНУ імені В.І. Вернадського. Серія : Публічне управління та адміністрування.* 2022. Том 33 (72). № 5.

6. Цвілий С. М. Використання інтернет-технологій в маркетингу індустрії туризму. *Тиждень науки – 2023. (Факультет міжнародного туризму та економіки) : тези допов. наук.-практ. конф., Запоріжжя, 24-28 квітня 2023 р. / Редкол. : В. Шаломєєв (відпов. ред.) Електрон. дані. Запоріжжя, НУ «Запорізька політехніка», 2023. С. 39–41.*

7. Цвілий С. М. Електронна модель туристичної компанії в контексті створення інформаційної системи. *Економіка сьогодні: проблеми моделювання та управління : матеріали XII Міжнар. наук.-практ. інтернет-конф. (м. Полтава, 17-18 листопада 2022 р.).* Полтава : ПУЕТ, 2022. 249 с. С. 104–107.

8. Цвілий С. М., Жилко О. В., Зайцева В. М. Використання цифрових технологій в післявоєнному відновленні індустрії туризму. *Вісник Сумського національного аграрного університету. Науковий журнал. Серія «Економіка і менеджмент».* Суми : СНАУ. 2023. Вип. 3(95). С. 21–25.

9. Цвілий С. М., Зайцева В. М., Науменко В. О. Тенденції інноваційного навчання та розвитку персоналу вітчизняних туристичних фірм. *Українські студії в європейському контексті : зб. наук праць.* 2022. № 5. С. 245–253.

10. Tsviliy S., Gurova D., Zhilko O., Zaitseva V. The role of information technologies in the restoration of the domestic tourism industry in the post-war period. *Artificial intelligence: an era of new threats or opportunities?: monograph. Part I ; Edited by I. Tatomyr, Liubov Kvasnii.* Czech Republic. Praha: OKTAN PRINT, 2023, 260 p. Pp. 179–189.