

ЦИФРОВІ ТЕХНОЛОГІЇ ЯК ІНСТРУМЕНТ ВІДБУДОВИ ТУРИСТИЧНОЇ ГАЛУЗІ УКРАЇНИ В ПІСЛЯВОЄННИЙ ПЕРІОД

Базулько М. О.

*здобувач вищої освіти 4 курсу першого (бакалаврського рівня)
спеціальності 073 Менеджмент
Міжнародний гуманітарний університет
м. Одеса, Україна*

Лебедєва Н. А.

*кандидат технічних наук, доцент,
доцент кафедри менеджменту
Міжнародний гуманітарний університет
м. Одеса, Україна*

Туристична галузь України зазнала значних втрат внаслідок повномасштабного вторгнення. Після початку бойових дій українці майже повністю забули про подорожі. Натомість українські туристичні компанії змушені були вирішувати питання допомоги туристам, які застрягли за кордоном, та ініціювати евакуаційні заходи з небезпечних регіонів країни. Згідно з офіційними даними, загальна сума прямих збитків через руйнування активів туристичної галузі складає 0,40 млрд грн, а непрямі втрати оцінюються в 110,8 млрд грн, що становить 3% всіх непрямих втрат економіки України [1].

Дослідження науковців свідчать, що цифрові технології набувають все більшої важливості у всіх секторах туризму, оскільки вони полегшують доступ до культурних пам'яток, покращують якість обслуговування та зменшують витрати на маркетинг і залучення клієнтів. Сучасні цифрові технології відіграють важливу роль у розвитку туристичної галузі, сприяючи її економічному зростанню, і стають найважливішим трендом, що робить подорожі доступнішими та зручнішими [2, с. 242].

Аналіз наукових джерел дозволяє виділити кілька ключових напрямів цифровізації туризму, які мають потенціал стати драйверами економічного відновлення галузі в Україні.

В Україні основними цілями створення віртуальних турів на сучасному етапі є: популяризація та ознайомлення (представлення не лише публічних виставок, а й музейних колекцій, що зберігаються в сховищах); освітньо-культурні (розширення візуального уявлення про об'єкти, що демонструються); соціально-психологічна реабілітація (що відволікає увагу від негативних новин та подій) [3, с. 55].

Перший напрям – віртуалізація туристичних продуктів. На сьогодні віртуальний туризм в результаті військових дій є єдиним телепортом, що дозволяє, не виходячи з дому, відвідати музей, історичні місця або подивитися виставу.

Другий напрям – інтелектуалізація туристичних сервісів. Штучний інтелект проникає у весь процес виробництва та споживання туристичних послуг. Як зазначають дослідники, технології штучного інтелекту дозволяють змінювати туризм, вносячи «розумні зміни» в розробку туристичних маршрутів, управління хмарними системами, роботу готелів. Найефективніше застосування штучного інтелекту відзначається у персоналізації туристичних послуг, формуванні індивідуальних пропозицій на основі аналізу споживчої поведінки, прогнозуванні попиту [4, с. 13].

Третій напрям – платформні рішення в туризмі. Оцифрування та інтеграція технологій, а також розширення масштабів та мобільності туристичної індустрії проклали шлях до створення глобальних туристичних платформ. Загальносвітовою тенденцією є зростання частки онлайн-замовлень у туристичних компаніях. Інформаційні технології та Інтернет дозволили туристам бронювати готелі та авіаквитки через онлайн-сервіси, змінивши інформаційну асиметрію у виробництві та споживанні туристичних послуг [5, с. 12]. Для України актуальним є створення національних туристичних платформ з інтеграцією різноманітних сервісів, розробка мобільних додатків з повним спектром туристичних послуг та впровадження цифрових систем бронювання й оплати.

Четвертий напрям – інтеграційні технології, що забезпечують взаємодію онлайн та офлайн туризму, віртуального досвіду та реальності. Розвиток цифрових, інтелектуальних і віртуалізаційних технологій спонукає до інтеграції різних форм туристичного досвіду. У сфері туризму зростаюча зрілість технології великих даних прискорює розвиток технологій штучного інтелекту. Великі дані і технології віртуалізації продовжують глибше інтегруватися з туристичним ринком і надавати інтелектуальні, зручні, якісні туристичні послуги та інноваційні форми бізнесу для туристів [6, с. 339].

Після нашої Перемоги очікується значне зростання попиту на відвідування України. Україна стала символом стійкості та протидії агресії, прикладом мужності та сили духу у захисті своєї свободи та незалежності. Мільйони людей у світі дізналися про Україну та підтримують українців, у багатьох з'явився інтерес до нашої історії, традицій та цінностей. Після відкриття аеропортів можна очікувати великого потоку туристів. Вже сьогодні є індивідуальні туристи, які подорожують до України залізничним та автомобільним транспортом [7, с. 14].

Для ефективного використання потенціалу цифрових технологій у відновленні туристичної галузі України необхідно: створити національну стратегію цифрової трансформації туристичного сектора; забезпечити

підготовку кадрів у сфері цифрового туризму; стимулювати інвестиції в цифрову інфраструктуру; впровадити програми державної підтримки інноваційних проєктів у туризмі.

Цифрові технології відіграватимуть ключову роль у відновленні та розвитку туристичної галузі України. Через впровадження віртуальних турів, використання штучного інтелекту, розробку платформних рішень та інтеграційних технологій можливо не лише відновити, але й підняти туристичну галузь на якісно новий рівень. Цифрові інноваційні рішення сприятимуть створенню конкурентоспроможного туристичного продукту, залученню більшої кількості як внутрішніх, так і зовнішніх туристів, що стане важливим чинником економічного відновлення України.

Література:

1. Постанова КМУ №326 від 20.03.2022 «Про затвердження Порядку визначення шкоди та збитків, завданих Україні внаслідок збройної агресії Російської Федерації».
2. Лисюк Т.В., Ройко Л.Л., Білецький Ю.В. Цифрові інноваційні технології у сфері туризму України. Економіка та суспільство. 2023. Випуск № 52. С. 240-245.
3. Носирев 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.
4. Роїк О.Р., Недзвецька О.В. Шляхи розвитку туристичної сфери України у воєнний період. Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія економічні науки. 2022. Випуск 46. С. 11–15.
5. Дворська І. Туристична галузь після війни: чи можлива реанімація та антикризове управління? Економічні студії. 2022. № 5. С. 10-15.
6. Корчевська Л. Стан, особливості та перспективи туризму у воєнний та поствоєнний періоди. Управління розвитком сфери гостинності: регіональний аспект: матеріали Міжнародної науково-практичної онлайн-конференції, м. Чернівці, 5 травня 2022 р. Чернівці: Технодрук, 2022. С. 337–341.
7. Чорний О. Найкращі часи – попереду. Що відбувається з туризмом в Україні під час війни. Туристичний вісник. 2022. № 8. С. 12-16.