

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ ВАДИМА ГЕТЬМАНА**

Факультет маркетингу

Кафедра регіоналістики і туризму

Освітньо-професійна програма	«Туризм»
Галузь знань	24 Сфера обслуговування
Спеціальність	242 «Туризм»

Форма навчання: *очна (денна)*

КВАЛІФІКАЦІЙНА БАКАЛАВРСЬКА РОБОТА

на тему:

**«Використання сучасних інформаційних технологій в підвищенні якості
туристичного обслуговування»**

Здобувача: Саволюк Вероніки Романівни

Науковий керівник: к.е.н, доцент,
доцент кафедри регіоналістики і туризму
Шевчук Оксана Василівна

**Робота допущена до захисту перед екзаменаційною комісією з
атестації здобувачів вищої освіти (ЕК)**

Завідувач кафедри: доктор економічних наук, професор,
академік НАН України, Данилишин Богдан Михайлович

Київ 2025

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ ВАДИМА ГЕТЬМАНА**

Факультет маркетингу

Кафедра регіоналістики і туризму

Рівень вищої освіти	перший (бакалаврський)
Освітньо-професійна програма	«Туризм»
Галузь знань	24 Сфера обслуговування
Спеціальність	242 «Туризм»

ПОГОДЖЕНО

Керівник проектної групи
(гарант)
освітньо-професійної
програми
Ілляшенко І.О.

ЗАТВЕРДЖУЮ

Завідувач кафедри

Данилишин Б.М.

17 січня 2025р.

17 січня 2025р

ІНДИВІДУАЛЬНЕ ЗАВДАННЯ

здобувачу вищої освіти Саволюк Вероніці Романівні

Очної форми навчання

на підготовку кваліфікаційної бакалаврської роботи

**на тему «Використання сучасних інформаційних технологій в підвищенні
якості туристичного обслуговування»**

Тему затверджено наказом ректора Університету від "14"січня 2025р .№ 65-ст

Кваліфікаційна бакалаврська робота виконується на матеріалах наукові публікації, звіти міжнародних організацій у сфері туризму (UNWTO, WTTC), статистичні дані, нормативно-правові акти, що регулюють сферу туристичного обслуговування, а також на практичному досвіді компаній, які впроваджують сучасні інформаційні технології у свою діяльність.

План кваліфікаційної бакалаврської роботи

Розділ 1 Теоретичні основи використання сучасних інформаційних технологій

Розділ 2 Оцінка стану використання сучасних інформаційних технологій в підвищенні якості туристичного обслуговування

Розділ 3 Оцінка ефективності використання сучасних інформаційних технологій в підвищенні якості туристичного обслуговування

Об'єкт дослідження:	процеси туристичного обслуговування з використанням сучасних інформаційних технологій.
Предмет дослідження:	методи, засоби та програмне забезпечення інформаційних технологій, що сприяють підвищенню якості туристичних послуг.
Мета кваліфікаційної бакалаврської роботи:	дослідити вплив сучасних інформаційних технологій на підвищення якості туристичного обслуговування, визначити їхні основні переваги та перспективи впровадження у сферу туризму.

Конкретні завдання, які здобувач повинен виконати для досягнення поставленої мети:

У розділі 1	Розглянути теоретичні аспекти використання сучасних інформаційних технологій у сфері туризму, визначити їх види та роль у підвищенні якості туристичних послуг
	Простежити сучасні напрями автоматизації процесів у сфері туризму.
У розділі 2	Дослідити поточний стан розвитку інформаційних технологій туристичного обслуговування в Україні.
	Проаналізувати автоматизовані системи управління, які застосовуються в українських туристичних компаніях.
	Визначити проблеми та перспективи використання інформаційних технологій в туристичній галузі України.
У розділі 3	Розробити рекомендації щодо впровадження та використання чат-ботів у туристичних компаніях.
	Виконати оцінку впливу впровадження сучасних інформаційних технологій на підвищення якості туристичного обслуговування.

Завдання підготував науковий керівник

О. В. Шевчук

(підпис)

«_____» _____ 2025 р.

Завдання одержав здобувач

В. Р. Саволюк

(підпис)

«_____» _____ 2025 р.

Реферат

Кваліфікаційна бакалаврська робота містить 66 сторінок, 7 таблиць, 2 рисунки, список використаних джерел з 49 найменувань, додатки.

«Використання сучасних інформаційних технологій в підвищенні якості туристичного обслуговування»

(назва кваліфікаційної бакалаврської роботи)

Об'єктом дослідження є процеси туристичного обслуговування з використанням сучасних інформаційних технологій

Предметом дослідження є методи, засоби та програмне забезпечення інформаційних технологій, що сприяють підвищенню якості туристичних послуг.

Мета кваліфікаційної бакалаврської роботи – дослідити вплив сучасних інформаційних технологій на підвищення якості туристичного обслуговування, визначити їхні основні переваги та перспективи впровадження у сферу туризму.

Відповідно до поставленої мети були визначені такі *завдання*:

- Розглянути теоретичні аспекти використання сучасних інформаційних технологій у сфері туризму, визначити їх види та роль у підвищенні якості туристичних послуг
- Простежити сучасні напрями автоматизації процесів у сфері туризму.
- Дослідити поточний стан розвитку інформаційних технологій туристичного обслуговування в Україні.
- Проаналізувати автоматизовані системи управління, які застосовуються в українських туристичних компаніях.
- Визначити проблеми та перспективи використання інформаційних технологій в туристичній галузі України.
- Розробити рекомендації щодо впровадження та використання чат-ботів у туристичних компаніях.
- Виконати оцінку впливу впровадження сучасних інформаційних технологій

на підвищення якості туристичного обслуговування.

Теоретична, методична та практична значущість отриманих результатів. Теоретична значущість дослідження полягає в узагальненні наукових підходів до використання інформаційних технологій у туристичному бізнесі, систематизації знань про їхній вплив на якість обслуговування. Методична значущість проявляється у розробці рекомендацій щодо впровадження цифрових рішень у сфері туризму, що може бути використано в навчальних програмах з туристичного менеджменту. Практична значущість полягає у можливості застосування отриманих результатів туристичними компаніями, готелями, авіаперевізниками та іншими учасниками ринку для підвищення ефективності їхньої діяльності та конкурентоспроможності.

Рік виконання кваліфікаційної бакалаврської роботи 2025.

Рік захисту роботи 2025.

Ключові слова: інформаційні технології, туристичне обслуговування, онлайн сервіси, персоналізація туристичних послуг, автоматизація послуг.

В і д г у к
про кваліфікаційну бакалаврську роботу здобувача
факультету маркетингу
освітньо-професійної програми «Туризм»

Саволюк В.Р.

«Використання сучасних інформаційних технологій в підвищенні
якості туристичного обслуговування»

1. Актуальність даної теми:

Дипломна робота є актуальним і комплексним дослідженням, яке розглядає можливості використання сучасних інформаційних технологій з метою покращення туристичного обслуговування. У сучасних умовах цифровізації туристичного ринку, такі дослідження мають високу практичну цінність і сприяють впровадженню інновацій в діяльність туристичних компаній.

2. Позитивні риси кваліфікаційної бакалаврської роботи:

Кваліфікаційна робота відзначається логічною побудовою та структурованістю викладу. Автором чітко сформульовано мету, завдання, об'єкт і предмет дослідження. Проведено аналіз ролі інформаційних технологій у сфері туристичних послуг, досліджено тенденції їх розвитку та впливу на якість обслуговування.

3. Наявність самостійних розробок автора:

Серед самостійних результатів автора варто виділити проведений SWOT-аналіз впровадження ІТ у туристичну діяльність, що дозволив виявити ключові сильні та слабкі сторони, можливості й загрози. Особливу увагу привертають практичні рекомендації щодо впровадження чат-ботів як ефективного засобу автоматизації та покращення взаємодії з клієнтами. А також проведену оцінку впливу сучасних інформаційних технологій на підвищення якості туристичного обслуговування.

4. Цінність теоретичних висновків та практичних рекомендацій:

Практична значущість роботи полягає у можливості використання розроблених рекомендацій у діяльності туристичних підприємств, що прагнуть покращити взаємодію з клієнтами за допомогою цифрових інструментів.

5. Наявність недоліків:

Робота має незначні недоліки, зокрема: в деяких підрозділах спостерігається недостатній глибокий аналіз окремих аспектів теми, надмірно акцентовано увагу на огляді праць інших авторів.

6. Загальна оцінка кваліфікаційної бакалаврської роботи та її допущення до захисту перед ЕК:

Автор продемонстрував достатній рівень знань, аналітичних і практичних навичок. Робота відповідає вимогам та рекомендується до захисту перед ЕК з оцінкою 54 бали.

Науковий керівник: к. е. н., доцент Шевчук Оксана Василівна

(підпис)

(прізвище, ініціали)

“_____” _____2025р.

ЗМІСТ

ВСТУП.....	3
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ВИКОРИСТАННЯ СУЧАСНИХ ІНФОРМАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ.....	6
1.1. Поняття та види інформаційних технологій в туризмі.....	6
1.2. Роль інформаційних технологій в підвищенні якості туристичних послуг.....	12
1.3. Сучасні напрями автоматизації процесів у сфері туризму.....	15
РОЗДІЛ 2. ОЦІНКА СТАНУ ВИКОРИСТАННЯ СУЧАСНИХ ІНФОРМАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ В ПІДВИЩЕННІ ЯКОСТІ ТУРИСТИЧНОГО ОБСЛУГОВУВАННЯ.....	20
2.1. Поточний стан розвитку інформаційних технологій туристичного обслуговування в Україні.....	20
2.2. Автоматизовані системи управління, які застосовуються в українських туристичних компаніях.....	28
2.3 Проблеми та перспективи використання інформаційних технологій в туристичній галузі України.....	37
РОЗДІЛ 3. ОЦІНКА ЕФЕКТИВНОСТІ ВИКОРИСТАННЯ СУЧАСНИХ ІНФОРМАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ В ПІДВИЩЕННІ ЯКОСТІ ТУРИСТИЧНОГО ОБСЛУГОВУВАННЯ.....	47
3.1. Методика використання сучасних інформаційних технологій в підвищенні якості туристичного обслуговування.....	47
3.2. Рекомендації щодо впровадження та використання чат-ботів у туристичних компаніях.....	50
3.3. Оцінка впливу впровадження сучасних інформаційних технологій на підвищення якості туристичного обслуговування.....	55
ВИСНОВКИ.....	58
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	61

ВСТУП

Актуальність дослідження. Сучасний туристичний бізнес динамічно розвивається під впливом цифрових технологій, які змінюють традиційні підходи до обслуговування клієнтів. Використання інформаційних технологій у сфері туризму сприяє підвищенню якості послуг, покращенню комунікації між туристами та постачальниками послуг, оптимізації процесів бронювання, управління даними та персоналізації туристичних пропозицій. В умовах глобальної цифровізації та зростання конкуренції роль технологій у туризмі стає визначальною, що зумовлює актуальність даного дослідження.

Мета дослідження – дослідити вплив сучасних інформаційних технологій на підвищення якості туристичного обслуговування, визначити їхні основні переваги та перспективи впровадження у сферу туризму.

Виходячи з мети роботи необхідно вирішити наступні **завдання**:

- Розглянути теоретичні аспекти використання сучасних інформаційних технологій у сфері туризму, визначити їх види та роль у підвищенні якості туристичних послуг.
- Простежити сучасні напрями автоматизації процесів у сфері туризму.
- Дослідити поточний стан розвитку інформаційних технологій туристичного обслуговування в Україні.
- Проаналізувати автоматизовані системи управління, які застосовуються в українських туристичних компаніях.
- Визначити проблеми та перспективи використання інформаційних технологій в туристичній галузі України.
- Розробити рекомендації щодо впровадження та використання чат-ботів у туристичних компаніях.
- Виконати оцінку впливу впровадження сучасних інформаційних технологій на підвищення якості туристичного обслуговування.

Об'єктом дослідження є процеси туристичного обслуговування з використанням сучасних інформаційних технологій.

Предметом дослідження є методи, засоби та програмне забезпечення інформаційних технологій, що сприяють підвищенню якості туристичних послуг.

Методи дослідження:

- Аналіз та синтез – для визначення ключових тенденцій розвитку інформаційних технологій у сфері туризму.
- Порівняльний аналіз – для оцінки ефективності різних інформаційних систем у туристичному бізнесі.
- Статистичні методи – для обробки отриманих результатів і встановлення залежностей між використанням технологій та рівнем задоволеності клієнтів.

Теоретична, методична та практична значущість отриманих результатів. Теоретична значущість дослідження полягає в узагальненні наукових підходів до використання інформаційних технологій у туристичному бізнесі, систематизації знань про їхній вплив на якість обслуговування. Методична значущість проявляється у розробці рекомендацій щодо впровадження цифрових рішень у сфері туризму, що може бути використано в навчальних програмах з туристичного менеджменту. Практична значущість полягає у можливості застосування отриманих результатів туристичними компаніями, готелями, авіаперевізниками та іншими учасниками ринку для підвищення ефективності їхньої діяльності та конкурентоспроможності.

Інформаційна база дослідження. Дослідження ґрунтується на наукових публікаціях, звітах міжнародних організацій у сфері туризму (UNWTO, WTTC), статистичних даних, нормативно-правових актах, що регулюють сферу туристичного обслуговування, а також на практичному досвіді компаній, які впроваджують сучасні інформаційні технології у свою діяльність.

Структура даної роботи, визначена метою та завданнями, складається із вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел.

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ВИКОРИСТАННЯ СУЧАСНИХ ІНФОРМАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ

1.1. Поняття та види інформаційних технологій в туризмі

Інформаційні технології у туризмі – це комплекс цифрових інструментів та рішень, які використовуються для автоматизації бізнес-процесів, покращення якості туристичних послуг та забезпечення комфорту для клієнтів. Вони охоплюють широкий спектр технологій, зокрема онлайн-бронювання, віртуальні тури, мобільні додатки, штучний інтелект, аналітику великих даних (Big Data) та блокчейн для безпечних фінансових транзакцій. Інформаційні технології дозволяють спростити взаємодію між туристами, компаніями та постачальниками послуг, а також мінімізують часові витрати на організацію подорожей.

Головною функцією інформаційних технологій у сфері туризму є автоматизація та оптимізація процесів бронювання, продажу та управління туристичними послугами. Онлайн-платформи, такі як Booking.com, Airbnb чи TripAdvisor, дають можливість користувачам швидко знаходити необхідні варіанти розміщення, транспорту чи розваг, переглядати відгуки та порівнювати ціни. Завдяки цифровим системам туристичні компанії можуть більш ефективно керувати даними про клієнтів, аналізувати їхні уподобання та створювати персоналізовані пропозиції, що значно підвищує рівень задоволеності туристів.

Розвиток мобільних технологій також відіграє ключову роль у туристичній сфері. Сучасні мобільні додатки дозволяють не лише бронювати квитки та готелі, а й отримувати актуальну інформацію про погодні умови, маршрути, пам'ятки культури, ресторани та інші туристичні об'єкти. Крім того, навігаційні сервіси, такі як Google Maps або Waze, забезпечують туристів точними маршрутами та рекомендаціями щодо оптимальних шляхів пересування, що робить подорож більш зручною та безпечною.

Штучний інтелект (AI) та чат-боти дедалі більше впроваджуються у сферу туристичних послуг, надаючи клієнтам миттєві відповіді на запити та рекомендації щодо подорожей. Наприклад, штучний інтелект може аналізувати поведінку користувачів і пропонувати персоналізовані тури або знижки на основі їхніх інтересів. Чат-боти допомагають туристам швидко отримати інформацію про бронювання, правила перетину кордонів чи культурні особливості країни, куди вони планують подорож.

Крім того, великі дані (Big Data) відкривають нові можливості для туристичного бізнесу. Аналізуючи поведінку споживачів, компанії можуть прогнозувати тенденції, виявляти популярні напрямки та створювати ефективні маркетингові стратегії. Це дозволяє туроператорам та агентствам краще розуміти потреби клієнтів, розробляти індивідуальні туристичні пропозиції та вдосконалювати свої сервіси.

Одним із найбільш перспективних напрямів застосування інформаційних технологій у туризмі є віртуальна та доповнена реальність (VR та AR). Завдяки цим технологіям користувачі можуть ще до подорожі ознайомитися з туристичними об'єктами через 3D-екскурсії, що допомагає їм краще планувати свій відпочинок. Такі можливості особливо корисні для туристичних агентств, які прагнуть залучити клієнтів, надаючи їм реалістичний попередній перегляд потенційних місць відпочинку.

Таким чином, інформаційні технології відіграють важливу роль у розвитку сучасного туризму, роблячи його доступнішим, швидшим і комфортнішим. Вони допомагають підвищити рівень обслуговування, знизити витрати як для туристів, так і для компаній, а також створюють нові можливості для персоналізації подорожей. У майбутньому подальший розвиток цифрових технологій ще більше змінюватиме індустрію туризму, роблячи її ще більш інтерактивною, безпечною та зручною.

Є. Козловський у своїй статті розглядає основні сфери застосування інформаційних систем у туризмі, виділяючи їх як ключові інструменти автоматизації бізнес-процесів, бронювання, аналітики та маркетингових

стратегій. Автор акцентує увагу на класифікації інформаційних технологій за функціональним призначенням, що дозволяє визначити їх роль у різних сегментах туристичної галузі [21, с. 128-136].

Д. В. Кришталь, О. В. Поступна аналізують структуру та основні напрями використання інформаційних технологій у туризмі. Особливу увагу приділено видам цифрових технологій, що впливають на процеси планування подорожей, управління клієнтськими запитами та підвищення ефективності туристичного бізнесу [22, с. 131-134].

Д. В. Марчук досліджує розвиток інформаційних технологій у туризмі на прикладі туристичного агентства «Анекс Тур». Автор детально аналізує впровадження новітніх ІТ-рішень у процесах бронювання, управління туристичними потоками та персоналізації послуг [26, с. 32].

І. Т. Скрипченко у навчальному посібнику розглядає інноваційні технології, що застосовуються в туризмі, окреслюючи їх класифікацію та основні напрями використання. Видання містить аналіз інтеграції інформаційних систем у маркетингову та управлінську діяльність туристичних компаній [37, с. 42].

М. Г. Руднева у своїй науковій роботі розглядає інформаційні методи, що використовуються у туристичній сфері, включаючи CRM-системи, онлайн-бронювання та аналітичні платформи. Автор наголошує на взаємозв'язку між розвитком цифрових технологій та вдосконаленням туристичних послуг [34, с. 145-151].

В. М. Маховка досліджує інтерактивні та smart-технології, що сприяють покращенню туристичного сервісу. У монографії розглянуто використання мобільних додатків, штучного інтелекту та чат-ботів у підвищенні якості туристичних послуг [27, с. 148-155].

Сучасний туризм неможливо уявити без інформаційних технологій, які кардинально змінили способи організації подорожей, бронювання послуг та взаємодії туристів з індустрією гостинності. Використання цифрових рішень дозволяє не лише автоматизувати основні процеси туристичного бізнесу, але

й значно покращити якість сервісу, забезпечуючи зручність, персоналізацію та доступність послуг для мандрівників у будь-якому куточку світу.

Технологічний прогрес сприяв появі різноманітних цифрових інструментів, які використовуються як туристичними компаніями, так і самими туристами. Від онлайн-бронювання готелів і квитків до віртуальних екскурсій та штучного інтелекту – інформаційні технології забезпечують швидкий доступ до необхідних даних, допомагають у виборі оптимальних маршрутів і гарантують безпечні фінансові операції. Завдяки цьому подорожі стали більш комфортними, передбачуваними та ефективними.

Важливу роль у впровадженні інформаційних технологій відіграє зростаючий попит на цифрові сервіси та інтерактивні можливості. Туристи дедалі частіше обирають мобільні додатки, інтерактивні карти та віртуальні помічники, що дозволяє їм краще орієнтуватися в нових місцях і приймати обґрунтовані рішення щодо подорожі. Це, у свою чергу, стимулює туристичні компанії до інновацій та вдосконалення своїх цифрових продуктів і послуг.

Інформаційні технології в туризмі поділяються на кілька основних категорій, які охоплюють різні аспекти організації та управління туристичними процесами, подані нижче на рисунку 1.1.

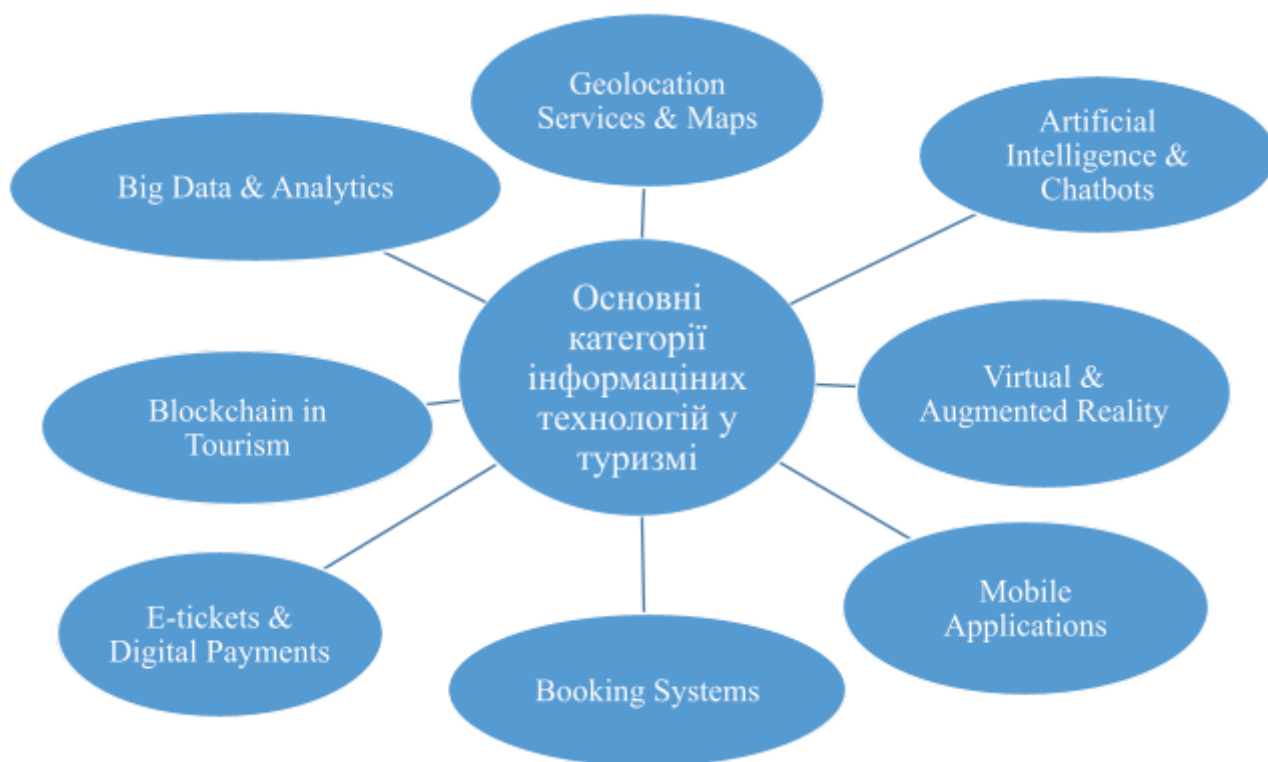


Рисунок 1.1. Основні категорії інформаційних технологій у туризмі

Джерело: створено автором на основі [34]

Основні категорії інформаційних технологій у туризмі:

1. Системи онлайн-бронювання (Booking Systems)
2. Мобільні додатки для туристів (Mobile Applications)
3. Віртуальна та доповнена реальність (Virtual & Augmented Reality)
4. Штучний інтелект і чат-боти (Artificial Intelligence & Chatbots)
5. Геолокаційні сервіси та інтерактивні карти (Geolocation Services & Maps)
6. Big Data та аналітика туристичних даних (Big Data & Analytics)
7. Блокчейн у туризмі (Blockchain in Tourism)
8. Електронні квитки та цифрові платежі (E-tickets & Digital Payments)

Аналіз та характеристика видів інформаційних технологій:

1. Системи онлайн-бронювання дозволяють туристам швидко та зручно замовляти готелі, авіаквитки, екскурсії та інші послуги. Популярні сервіси, такі як Booking.com, Expedia та Airbnb, дають можливість переглядати відгуки інших користувачів, порівнювати ціни та отримувати

персоналізовані рекомендації. Це значно спрощує процес планування подорожі та робить його більш прозорим для туристів.

2. Мобільні додатки для туристів відіграють важливу роль у забезпеченні зручного доступу до інформації під час подорожей. Завдяки мобільним платформам мандрівники можуть отримати актуальні дані про розташування пам'яток, розклади транспорту, прогноз погоди та навіть поради щодо безпечного пересування. Наприклад, додатки Google Maps, TripAdvisor значно полегшують навігацію та логістику під час поїздок.

3. Віртуальна та доповнена реальність відкривають нові можливості для знайомства з туристичними місцями ще до початку подорожі. Віртуальні тури дозволяють потенційним відвідувачам попередньо оглянути готелі, музеї чи культурні об'єкти, що допомагає зробити усвідомлений вибір. Доповнена реальність, у свою чергу, забезпечує інтерактивний досвід, додаючи корисну інформацію до реальних об'єктів за допомогою смартфонів чи спеціальних окулярів.

4. Штучний інтелект і чат-боти сприяють покращенню взаємодії між туристами та туристичними компаніями. Наприклад, штучний інтелект використовується для аналізу поведінки користувачів та формування індивідуальних рекомендацій щодо подорожей. Чат-боти, такі як Google Assistant чи чат-боти авіакомпаній, надають миттєві відповіді на запити клієнтів, допомагаючи їм швидко отримати необхідну інформацію без залучення операторів.

5. Геолокаційні сервіси та інтерактивні карти допомагають туристам орієнтуватися на місцевості, будувати оптимальні маршрути та знаходити цікаві об'єкти. Завдяки GPS-технологіям туристи можуть легко пересуватися в незнайомих містах, використовуючи точні дані про транспорт, дороги та визначні пам'ятки.

6. Big Data та аналітика туристичних даних дозволяють туристичним компаніям аналізувати поведінку споживачів, прогнозувати тренди та розробляти ефективні маркетингові стратегії. Зібрані дані

допомагають краще розуміти потреби клієнтів і вдосконалювати сервіси, забезпечуючи індивідуальний підхід до кожного туриста.

7. Блокчейн у туризмі забезпечує безпечні та прозорі фінансові операції. Використання цієї технології дозволяє уникнути шахрайства та спрощує процес оплати та підтвердження бронювань. Блокчейн також сприяє створенню децентралізованих платформ для бронювання, що зменшує витрати на посередників.

8. Електронні квитки та цифрові платежі значно спрощують процес оплати та перевірки квитків. Цифрові платіжні системи, такі як Apple Pay, Google Pay або PayPal, дозволяють швидко та безпечно оплачувати послуги, зменшуючи потребу в готівкових розрахунках.

Впровадження інформаційних технологій у туризмі значно спростило процеси планування та організації подорожей, зробивши їх доступнішими та комфортнішими. Завдяки цифровим рішенням туристи отримали змогу швидко знаходити необхідні послуги, отримувати персоналізовані рекомендації та користуватися інтерактивними сервісами під час подорожей.

Розвиток мобільних додатків, штучного інтелекту, блокчейну та Big Data створює нові можливості для покращення туристичних послуг, підвищення рівня обслуговування клієнтів та формування ефективних стратегій управління туристичним бізнесом. У майбутньому очікується ще більша інтеграція цифрових технологій у туристичну сферу, що сприятиме її подальшій модернізації та глобалізації.

1.2. Роль інформаційних технологій в підвищенні якості туристичних послуг

Розвиток інформаційних технологій докорінно змінив сферу туризму, зробивши її більш доступною, зручною та ефективною як для туристів, так і для компаній. Сучасні цифрові рішення забезпечують швидкий доступ до інформації, автоматизацію процесів бронювання, персоналізацію туристичних пропозицій та підвищення безпеки транзакцій. Це значно впливає на якість послуг, зменшуючи кількість помилок, покращуючи комунікацію та забезпечуючи високий рівень обслуговування.

Завдяки інтеграції інформаційних технологій туристи можуть легко знаходити необхідну інформацію, планувати свої подорожі в режимі реального часу та отримувати підтримку у будь-якому куточку світу. Туристичні компанії, у свою чергу, отримують можливість більш ефективно аналізувати поведінку клієнтів, підлаштовувати свої пропозиції під індивідуальні запити та покращувати конкурентоспроможність на ринку.

Інформаційні технології не лише оптимізують роботу туристичних агентств, авіакомпаній та готелів, а й суттєво підвищують рівень задоволеності клієнтів. Використання мобільних додатків, систем онлайн-бронювання, штучного інтелекту та інших цифрових рішень сприяє розвитку індустрії та покращенню туристичного досвіду.

С. М. Цвілий, В. М. Зайцева, К. М. Сокол аналізують впровадження інформаційних технологій у повоєнний розвиток туристичних підприємств, наголошуючи на їх значенні для автоматизації операційних процесів та забезпечення високого рівня обслуговування клієнтів [44, с. 381-388].

О. Г. Шестель, Н. В. Гоменюк акцентують увагу на ролі інформаційних технологій у покращенні туристичного бізнесу. Автори розглядають їх вплив на швидкість обробки замовлень, персоналізацію пропозицій та зручність бронювання [49, с. 47-49].

О. Авдан, К. Компанець досліджують вплив сучасних технологій на поведінку споживачів у сфері гостинності. Описано використання аналітичних систем та штучного інтелекту для вдосконалення клієнтського досвіду [1, с. 363-369].

К. В. Свідло, А. О. Сопельник підкреслюють значення цифрових технологій у розвитку туристичної індустрії, звертаючи увагу на мобільні додатки, віртуальні тури та інтерактивні платформи як засоби підвищення якості обслуговування [35, с. 272-273].

А. В. Балабаниць досліджує роль інформаційних технологій у клієнтоорієнтованому управлінні туристичними підприємствами. Особливий акцент зроблено на використанні CRM-систем та штучного інтелекту для покращення взаємодії з клієнтами [7, с. 18-24].

Основні аспекти ролі інформаційних технологій у підвищенні якості туристичних послуг:

1. Автоматизація процесів та зручність для клієнтів
 - Онлайн-бронювання авіаквитків, готелів, екскурсій.
 - Електронні квитки та мобільні посадкові талони.
 - Миттєва перевірка наявності місць та розрахунок вартості подорожі.
2. Персоналізація туристичних послуг
 - Аналіз попередніх бронювань та рекомендації на основі вподобань клієнта.
 - Використання штучного інтелекту для створення індивідуальних пропозицій.
 - Розсилка персоналізованих знижок та бонусних пропозицій.
3. Забезпечення безпеки та зменшення ризиків
 - Використання блокчейн-технологій для захисту фінансових операцій.
 - Запровадження цифрових паспортів і електронних ідентифікаційних систем.

- Моніторинг ризиків подорожей та своєчасне інформування туристів про можливі загрози.

4. Покращення комунікації та підтримки клієнтів

- Використання чат-ботів для оперативного обслуговування запитів туристів.

- 24/7 підтримка через мобільні додатки, соціальні мережі та гарячі лінії.

- Інтерактивні путівники та віртуальні туристичні консультанти.

5. Глобальна доступність та розширення туристичних можливостей

- Онлайн-платформи для бронювання житла та транспорту у будь-якій точці світу.

- Доступ до віртуальних турів та попереднього ознайомлення з місцевістю.

- Можливість порівнювати ціни та відгуки перед прийняттям рішення.

6. Оптимізація управління туристичними підприємствами

- Використання Big Data для аналізу поведінки туристів та прогнозування попиту.

- Автоматизація управління готелями, транспортом, екскурсіями.

- Зменшення витрат компаній на обслуговування клієнтів через цифрові платформи.

Інформаційні технології значно підвищують якість туристичних послуг, роблячи їх більш зручними, безпечними та персоналізованими. Автоматизація процесів, використання штучного інтелекту, блокчейн-рішень, мобільних додатків та аналітики даних дозволяє туристам отримувати якісний сервіс, а компаніям — ефективно управляти своїми ресурсами. У майбутньому цифрові технології продовжуватимуть удосконалювати туристичну сферу, відкриваючи нові можливості для комфортних та безпечних подорожей.

1.3. Сучасні напрями автоматизації процесів у сфері туризму

Автоматизація процесів у сфері туризму є важливим напрямом розвитку галузі, що дозволяє підвищити ефективність роботи туристичних компаній, оптимізувати витрати та покращити якість обслуговування клієнтів. Використання сучасних технологій дає змогу мінімізувати людський фактор у стандартних процесах, прискорити обробку замовлень та персоналізувати туристичний досвід.

Завдяки цифровим рішенням, таким як онлайн-бронювання, мобільні додатки, штучний інтелект та аналіз великих даних (Big Data), туристи можуть швидко й зручно отримувати інформацію, бронювати послуги та спілкуватися з представниками туристичних компаній безпосередньо зі своїх смартфонів або комп'ютерів. Крім того, автоматизація дозволяє компаніям точніше прогнозувати попит, управляти ресурсами та скорочувати операційні витрати.

Сучасні напрями автоматизації торкаються всіх аспектів туристичної діяльності — від онлайн-бронювання до застосування роботизованих систем у готелях та аеропортах. Розглянемо ключові напрями автоматизації у сфері туризму.

Нижче подана таблиця 1.1 з описаними основними напрямками автоматизації процесів у сфері туризму.

Таблиця 1.1

Основні напрями автоматизації процесів у сфері туризму

Напрямок автоматизації	Опис та значення
Системи онлайн-бронювання	Автоматизовані сервіси, що дозволяють туристам самостійно бронювати авіаквитки, номери в готелях, екскурсії, транспортні послуги тощо. Вони забезпечують швидкість, зручність та прозорість процесу бронювання.
Мобільні додатки для туристів	Додатки, що включають функції бронювання, навігації, перекладу, рекомендацій та підтримки клієнтів у режимі 24/7. Вони допомагають туристам самостійно планувати поїздки та отримувати оперативну інформацію.
Штучний інтелект та чат-боти	Автоматизовані системи для підтримки клієнтів, що відповідають на запити, допомагають у бронюванні, надають

	інформацію про послуги та маршрути. Вони зменшують навантаження на працівників компаній.
--	--

Продовження таблиці 1.1

Big Data та аналітика поведінки туристів	Технології аналізу великих даних використовуються для прогнозування попиту, персоналізації пропозицій, оптимізації маркетингових кампаній та покращення якості обслуговування.
Роботизовані системи у готелях та аеропортах	Використання роботів для реєстрації гостей, доставки багажу, прибирання номерів та обслуговування клієнтів у готелях та транспортних хабах. Це зменшує витрати на персонал та покращує швидкість обслуговування.
Віртуальна та доповнена реальність (VR/AR)	Інтерактивні тури, 3D-екскурсії, ознайомлення з готелями та місцевістю перед поїздкою. VR та AR-технології допомагають туристам отримати детальнішу інформацію перед бронюванням.
Автоматизація лояльності та програм лояльності	Диджиталізація бонусних програм, автоматизовані системи накопичення та використання балів, персоналізовані знижки та акції для постійних клієнтів.

Джерело: створено автором на основі [43]

Автоматизація процесів значно покращує ефективність туристичного бізнесу, дозволяючи скоротити витрати на обслуговування клієнтів та одночасно підвищити їх задоволеність. Онлайн-бронювання та мобільні додатки роблять подорожі доступнішими, а використання штучного інтелекту допомагає туристам швидко отримувати відповіді на свої запитання.

Технології Big Data дозволяють компаніям аналізувати переваги клієнтів та створювати персоналізовані пропозиції, що збільшує рівень продажів та підвищує лояльність клієнтів. Використання роботизованих систем у готелях та аеропортах допомагає забезпечити безконтактне обслуговування, що є особливо актуальним в умовах пандемії та нових стандартів безпеки.

Віртуальна та доповнена реальність відкриває нові можливості для презентації туристичних послуг. Потенційні клієнти можуть заздалегідь ознайомитися з готелем, пляжем чи туристичним маршрутом, що збільшує ймовірність бронювання.

Г. Чміль, С. Малюкіна у своїй роботі розглядають управління маркетингом як ключовий елемент стратегічного розвитку туристичних

підприємств. Автори підкреслюють, що автоматизація маркетингових процесів дозволяє ефективніше аналізувати споживчий попит, налаштовувати персоналізовані пропозиції та підвищувати якість взаємодії з клієнтами. Впровадження CRM-систем, штучного інтелекту та аналітичних платформ сприяє покращенню ефективності маркетингових стратегій та збільшенню конкурентоспроможності туристичних компаній [47, с. 1-9].

А. С. Осіпчук, Д. О. Стаховська досліджують напрями діджиталізації сучасних туристичних підприємств. Автори акцентують увагу на ролі автоматизованих систем бронювання, інтеграції чат-ботів для комунікації з клієнтами та використанні технологій великих даних (Big Data) для аналізу споживчих вподобань. Впровадження цифрових платформ дозволяє компаніям зменшити витрати, підвищити рівень сервісу та забезпечити більш персоналізований підхід до туристів [31, с. 279-281].

Н. І. Фединець аналізує сучасні моделі менеджменту та їхній вплив на управління персоналом у туристичній сфері. Дослідниця наголошує, що автоматизація процесів у сфері управління персоналом сприяє оптимізації робочих графіків, підвищенню ефективності підбору кадрів та контролю за якістю надання послуг. Використання спеціалізованого програмного забезпечення дозволяє автоматизувати планування змін, систему мотивації та навчання працівників, що позитивно впливає на загальний рівень сервісу [41, с. 83-87].

Л. М. Нещадим, С. В. Тимчук досліджують інноваційну автоматизацію бізнес-процесів у підприємствах індустрії гостинності. Автори вказують, що автоматизація дозволяє підвищити ефективність управлінських рішень, зменшити операційні витрати та прискорити процес обслуговування клієнтів. Впровадження ERP-систем, цифрових платформ для управління ресурсами та автоматизованих систем взаємодії з клієнтами є ключовими тенденціями в розвитку сучасного туристичного бізнесу [30, с. 287-289].

С. М. Цвілій, Г. А. Бублей зосереджуються на діджиталізації бізнес-процесів компаній, що надають міжнародні туристичні послуги. У

дослідженні розглядається вплив автоматизації на оптимізацію логістичних процесів, покращення систем бронювання та спрощення фінансових транзакцій. Використання блокчейн-технологій для безпечних платежів, автоматизованих платформ для планування подорожей та штучного інтелекту для прогнозування попиту є важливими інструментами для підвищення ефективності міжнародного туристичного бізнесу [43].

Сучасні напрями автоматизації процесів у туризмі забезпечують вищий рівень комфорту для клієнтів та значні переваги для туристичних компаній. Завдяки диджиталізації та застосуванню штучного інтелекту, чат-ботів, Big Data, мобільних додатків та VR/AR технологій, туристична індустрія стає більш ефективною, конкурентоспроможною та орієнтованою на клієнта.

Автоматизація не лише спрощує процеси, а й створює нові можливості для взаємодії з клієнтами, персоналізації туристичних послуг та підвищення якості обслуговування. У майбутньому ці технології продовжуватимуть розвиватися, роблячи подорожі ще більш зручними та доступними для всіх.

Інформаційні технології відіграють ключову роль у розвитку туристичної сфери, забезпечуючи ефективну взаємодію між туристами та постачальниками послуг. Вони охоплюють різні види технологій, зокрема онлайн-бронювання, мобільні додатки, штучний інтелект, аналітику великих даних та віртуальну реальність, що значно покращують зручність і швидкість обслуговування клієнтів.

Сучасні інформаційні технології сприяють персоналізації туристичних послуг, покращенню комунікації з клієнтами, підвищенню рівня безпеки та ефективності управління ресурсами. Автоматизація процесів дозволяє туристичним компаніям забезпечувати швидке та якісне обслуговування, що підвищує задоволеність клієнтів і конкурентоспроможність бізнесу.

Ці технології допомагають мінімізувати витрати, оптимізувати бізнес-процеси та створювати більш комфортний туристичний досвід, зменшуючи залежність від людського фактору.

Інформаційні технології стали невід'ємною частиною туристичної індустрії, значно покращуючи її ефективність, зручність та доступність. Їх застосування дозволяє оптимізувати процеси, покращити якість послуг, задовольнити потреби клієнтів і забезпечити конкурентні переваги для компаній. У майбутньому подальша цифровізація туризму сприятиме його динамічному розвитку та ще більшій персоналізації туристичних послуг.

РОЗДІЛ 2. ОЦІНКА СТАНУ ВИКОРИСТАННЯ СУЧАСНИХ ІНФОРМАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ В ПІДВИЩЕННІ ЯКОСТІ ТУРИСТИЧНОГО ОБСЛУГОВУВАННЯ

2.1. Поточний стан розвитку інформаційних технологій туристичного обслуговування в Україні

Сучасний розвиток туристичної сфери в Україні неможливий без активного впровадження інформаційних технологій. Цифровізація туристичних послуг сприяє підвищенню їх якості, зручності та доступності для клієнтів. Завдяки використанню інтернет-платформ, мобільних додатків, систем бронювання, чат-ботів та аналітики великих даних туристичні компанії можуть більш ефективно організовувати свою діяльність, залучати клієнтів і забезпечувати персоналізований підхід до обслуговування. В умовах глобальної конкуренції та зміни поведінки споживачів інформаційні технології стали ключовим інструментом розвитку туристичної галузі в Україні.

Український ринок туристичних послуг зазнав значних змін під впливом цифровізації. Сьогодні основними тенденціями є активне використання мобільних додатків для планування подорожей, автоматизованих систем управління туристичним бізнесом (CRM-системи), застосування штучного інтелекту в обслуговуванні клієнтів та розвиток віртуального туризму.

Більшість туристичних агентств та компаній орієнтуються на створення власних веб-ресурсів, які включають онлайн-бронювання, інтеграцію з платіжними системами та можливість персоналізованого підбору послуг. Крім того, в Україні активно розвивається сегмент внутрішнього туризму, що також стимулює застосування новітніх інформаційних технологій для покращення якості обслуговування.

Основні компоненти інформаційних технологій у туристичному обслуговуванні України:

1. Системи онлайн-бронювання та агрегатори – сервіси, що надають клієнтам можливість бронювання готелів, авіаквитків та турів (Booking.com, Airbnb, Tickets.ua).
2. Мобільні додатки для туристів – спеціалізовані програми, що допомагають у плануванні маршрутів, пошуку житла, бронюванні екскурсій (TripAdvisor, Rozetka Travel).
3. Штучний інтелект та чат-боти – автоматизовані помічники, які забезпечують клієнтів консультаціями в режимі 24/7, допомагають у бронюванні та надають персоналізовані рекомендації.
4. Системи управління взаємовідносинами з клієнтами (CRM) – платформи для ведення клієнтської бази, управління бронюваннями та аналітики потреб туристів.
5. Віртуальна та доповнена реальність – технології, що дозволяють туристам здійснювати віртуальні тури перед бронюванням реальних подорожей.
6. Big Data та аналітика – інструменти, які використовуються для аналізу поведінки туристів, прогнозування попиту на послуги та розробки персоналізованих пропозицій.

Стан розвитку інформаційних технологій туристичного обслуговування в Україні демонструє активну динаміку та впровадження інноваційних рішень. Туристичні компанії дедалі частіше використовують системи онлайн-бронювання, мобільні додатки та цифрові платформи для покращення взаємодії з клієнтами. Це дозволяє автоматизувати багато процесів, зокрема оформлення замовлень, ведення бази клієнтів та організацію персоналізованих пропозицій. Впровадження інформаційних технологій підвищує зручність для споживачів, скорочує час на обробку запитів та підвищує рівень конкурентоспроможності українських туристичних компаній на внутрішньому та міжнародному ринках.

Важливим фактором розвитку є застосування сучасних цифрових рішень, таких як штучний інтелект, Big Data та віртуальна реальність.

Використання чат-ботів та AI-систем забезпечує цілодобову підтримку клієнтів та персоналізовані рекомендації, що покращує якість обслуговування. Технології Big Data дозволяють аналізувати поведінку споживачів та прогнозувати попит, що сприяє ефективнішому плануванню маркетингових кампаній. Крім того, зростає популярність віртуальних турів, які дають змогу клієнтам ознайомитися з туристичними об'єктами до реального відвідування. Загалом, впровадження інформаційних технологій у туристичному секторі України сприяє модернізації послуг, підвищенню їх якості та адаптації до нових потреб споживачів.

Зниження кількості прибутків у суб'єктів туристичного обслуговування в Україні під час пандемічних наслідків COVID-19 було зумовлено рядом факторів та чинників, які стосувались як глобальних змін, так і поведінкою споживачів. Перш за все, впровадження карантинних заходів та обмежень на внутрішні та міжнародні туристичні маршрути суттєво зменшило потік туристів. При цьому скасування більшості цивільних авіарейсів та навіть обмеження на пересування залізничним, водним та автомобільним транспортом, також негативно вплинуло на успішність та прибутковість готельно-ресторанних комплексів, туристичних агентств, екскурсійних бюро та інших суб'єктів туристичного обслуговування в Україні.

Поряд з тим, невизначеність у термінах пандемії і паралельних карантинних обмежень, в значній мірі скоротили інвестиції в розвиток суб'єктів туристичного обслуговування в Україні, їх маркетингову діяльність, що в результаті практично призупинило розвиток нових туристичних послуг та маршрутів

Повномасштабне вторгнення російської федерації в Україну спричинило суттєве зниження кількості суб'єктів туристичного обслуговування в країні. Багато підприємств були змушені припинити свою діяльність через безпеку, руйнування інфраструктури та економічну невизначеність (рис.2.1).



Рис.2.1. Кількість діючих суб'єктів туристичного обслуговування в Україні за 2021-2023 рр., од.

Економічні наслідки, зумовили значне порушення нормальної життєдіяльності суб'єктів туристичного обслуговування в Україні. В більшій мірі це були такі фактори як інфляційний тиск, зростання цін на базові товари та зменшення купівельної спроможності населення. Всі вищеперелічені фактори значно вплинули на споживчий попит на туристичні послуги. Окрім того, ще більше пошкодили діяльність суб'єктів туристичного обслуговування в Україні зниження інвестиційної активності як зі сторони національних інвесторів, так і зі сторони міжнародних агентів. Це в результаті зумовило сповільнення розвитку та інноваційної активності суб'єктів туристичного обслуговування в Україні [45, с. 30].

Нижче подана таблиця 2.1 з показниками колективних засобів розміщування в Україні у 2018-2020 рр..

Таблиця 2.1

**Показники колективних засобів розміщування в Україні у
2018-2020 рр.**

Показники	2018	2019	2020	Темп приросту у 2020/2018 рр., %
Кількість колективних засобів розміщування (КЗР), од.	4719	5335	4523	-4,2
Кількість місць у КЗР, од.	300010	370560	312093	4,0
Кількість номерів у готелях та аналогічних засобах розміщування, од.	71132	83147	78955	11,0
Кількість осіб, що перебували у КЗР – усього, осіб	7006220	6960949	3379475	-51,8
з них іноземців, осіб	917889	959423	254410	-72,3
% до підсумку	13,1	13,8	7,5	-42,5
Кількість ночівель осіб у КЗР – усього, од.	17668844	18459138	9142525	-48,3

Якщо у 2018 р. на один колективний засіб розміщування припадало в середньому 64 місця, то у 2020 р. — 69, або на 8,5 % більше. Це свідчить про укрупнення колективних засобів розміщування, в першу чергу за рахунок поглинання збанкрутілих суб'єктів.

Поточний стан галузі очевидний із значного зменшення кількості відвідувачів, що впало з 7,0 мільйонів до 3,4 мільйонів людей, що становить зменшення на 51,8%. Зменшення іноземних відвідувачів є ще більш відчутним – у 3,6 раза або на 72,3%. Частка іноземних відвідувачів зменшилася з 13,1% до 7,5% між 2018 та 2020 роками. Що стосується ночівель, то у 2020 році в колективних закладах розміщення було лише 9 142,5 тис., що становить лише половину рівня 2019 року. У середньому кожен колективний заклад у 2020 році було 2021 ночівель, що на 46,0% менше порівняно з 2018 роком, з яких лише 113 були іноземними відвідувачами, що становить лише 27,8% від рівня 2018 року [18, с. 29].

Упродовж останніх років сфера туризму в Україні переживає складний, але водночас динамічний період трансформацій. Попри виклики, пов'язані з повномасштабною війною, економічною нестабільністю та зниженням міжнародного туристичного потоку, вітчизняна туристична галузь демонструє здатність до адаптації через цифровізацію. Все більшого значення набуває впровадження сучасних інформаційних технологій у туристичне обслуговування — таких як мобільні застосунки, CRM-системи, платформи онлайн-бронювання, віртуальні тури та аналітичні інструменти на основі великих даних.

З 2022 по 2025 роки Україна показала позитивну динаміку у впровадженні цифрових рішень в туристичній сфері, що супроводжувалося поступовим зростанням фінансових надходжень до бюджету. Особливу роль у цьому відіграли готельна інфраструктура, внутрішній туризм та підтримка державних стратегічних ініціатив у сфері цифрової трансформації.

Нижче подана таблиця 2.2 з фінансовими показниками туристичної галузі України (2022–2025).

Таблиця 2.2

Фінансові показники туристичної галузі України (2022–2025)

Рік	Загальні надходження до бюджету від туризму (млрд грн)	Надходження від готелів (млрд грн)	Приріст загальних надходжень (%)
2022	1,25	~0,82	–
2023	2,05	~1,03	+64%
2024	2,98	1,95	+44%
2025	(очікувано) понад 3,2	(очікувано) понад 2,1	+7–10% (оцінка)

Джерела: створено автором на основі [38; 46].

У 2022 році туристична сфера України функціонувала в умовах великої турбулентності, зумовленої воєнними діями, що значно обмежило туристичні потоки та інвестиційну активність. Однак навіть за таких умов галузь змогла забезпечити 1,25 млрд грн надходжень до бюджету, що стало відправною точкою для поступового відновлення.

У 2023 році спостерігалось суттєве зростання – на 64%, що свідчить про активізацію внутрішнього туризму, запуск нових онлайн-сервісів

бронювання, рекламних кампаній та покращення цифрової присутності туристичних операторів.

2024 рік став рекордним для повоєнного періоду: надходження зросли до майже 3 млрд грн, з яких 66,5% забезпечили готелі. Це пояснюється як покращенням умов проживання, так і впровадженням інновацій у сфері обслуговування – зокрема, мобільного поселення, електронного документообігу, систем лояльності на основі CRM.

Очікується, що у 2025 році показники продовжать зростати, хоча темпи зростання можуть дещо знизитися через поступове насичення ринку. Прогнозоване збільшення обсягів цифрових інструментів у туристичному бізнесі дозволяє очікувати стабільне зростання до понад 3,2 млрд грн загальних надходжень.

С. Ковальчук у своєму дослідженні аналізує стан та тенденції розвитку індустрії гостинності України, зокрема роль інформаційних технологій у покращенні туристичного обслуговування. Автор відзначає, що автоматизація процесів бронювання, цифрові платформи для управління готельним бізнесом та використання мобільних додатків сприяють підвищенню якості сервісу. Впровадження штучного інтелекту та CRM-систем у сфері гостинності дозволяє персоналізувати взаємодію з клієнтами та забезпечити ефективніше управління ресурсами підприємств [20, с. 27-32].

Н. Паньків, В. Гуменяк у своїй роботі досліджують процес діджиталізації туристичних маршрутів в Україні. Автори наголошують на важливості геоінформаційних систем (ГІС), інтеграції інтерактивних карт та застосування доповненої реальності (AR) для підвищення інформативності та зручності туристичних послуг. Впровадження цифрових маршрутів та онлайн-гідів дозволяє туристам отримувати детальну інформацію про об'єкти в режимі реального часу, що значно покращує користувацький досвід і сприяє розвитку внутрішнього та міжнародного туризму [32, с. 253-267].

В. В. Джинджоян у навчальному посібнику розглядає інноваційні технології у сфері туризму та гостинності, акцентуючи увагу на сучасних

цифрових рішеннях. Зокрема, автор аналізує вплив чат-ботів, штучного інтелекту та автоматизованих систем управління на туристичний бізнес. Також розглядаються можливості застосування блокчейн-технологій у сфері онлайн-платежів та бронювання, що забезпечує прозорість і безпеку фінансових транзакцій. Ці технології сприяють зростанню довіри до туристичних компаній та покращенню якості послуг [15, с. 132].

Попри активне впровадження цифрових технологій у туристичну сферу, в Україні залишається низка викликів, що уповільнюють процес цифровізації. До них належать недостатня технічна інфраструктура в деяких регіонах, низький рівень цифрової грамотності серед представників малого та середнього бізнесу, а також фінансові обмеження для впровадження новітніх IT-рішень. Водночас великі туристичні компанії, готельні мережі та авіаперевізники активно інвестують у автоматизацію процесів, що сприяє підвищенню якості обслуговування та покращенню туристичного досвіду.

Окрім того, зростає популярність інтеграції з міжнародними платформами, що дозволяє українським туристичним операторам виходити на глобальний ринок та залучати іноземних клієнтів. Використання великих даних та штучного інтелекту допомагає аналізувати поведінку споживачів та створювати більш персоналізовані туристичні пропозиції, що відповідають сучасним запитам.

Розвиток інформаційних технологій у сфері туристичного обслуговування України відбувається швидкими темпами, сприяючи підвищенню ефективності бізнесу та зручності для туристів. Попри деякі виклики, цифрові технології вже відіграють значну роль у формуванні конкурентоспроможності галузі та створенні якісного туристичного сервісу. Подальша автоматизація процесів, інтеграція нових технологій та підтримка з боку держави допоможуть посилити цифровізацію туристичного бізнесу, забезпечуючи комфортні умови для подорожей як для внутрішніх, так і для міжнародних туристів.

2.2. Автоматизовані системи управління, які застосовуються в українських туристичних компаніях

У сучасному туристичному бізнесі автоматизовані системи управління (АСУ) стали важливим інструментом для оптимізації процесів, підвищення ефективності роботи та покращення взаємодії з клієнтами. Завдяки автоматизації туристичні компанії можуть швидше опрацьовувати запити, ефективно керувати бронюваннями, здійснювати аналітику попиту та пропозиції, а також удосконалювати сервісне обслуговування. В Україні впровадження АСУ активно відбувається серед провідних туроператорів, готельних мереж, авіаперевізників і онлайн-агрегаторів.

З розвитком технологій туристичні компанії використовують не лише традиційні CRM-системи, а й більш складні платформи, що включають штучний інтелект, аналіз великих даних та автоматизовані механізми управління лояльністю клієнтів. Впровадження таких систем дає можливість підвищити конкурентоспроможність українських туристичних компаній на міжнародному ринку та забезпечити клієнтам високий рівень зручності та швидкості обслуговування.

Нижче подана таблиця 2.3 з описаними основними автоматизованими системами управління, що застосовуються в українських туристичних компаніях.

Таблиця 2.3

Основні автоматизовані системи управління, що застосовуються в українських туристичних компаніях

Назва компанії	Тип туристичного бізнесу	Використовувані АСУ	Функціональні можливості
Join UP!	Туроператор	CRM-система, система управління бронюваннями (ERP)	Автоматизація обробки замовлень, контроль взаємодії з партнерами та туристами, управління ціноутворенням
Tez Tour Ukraine	Туроператор	Amadeus, Galileo, Travelport	Автоматизоване бронювання авіаквитків та турів, управління продажами, аналітика клієнтських запитів
TUI Ukraine	Туроператор	Sabre, CRM, система управління готелями	Інтеграція з готельними мережами, авіакомпаніями, аналіз ринку та планування турів
Tickets.ua	Онлайн-сервіс бронювання	GDS-системи (Amadeus, Galileo, Sabre)	Пошук і бронювання авіаквитків, готелів, поїздів, автобусів у режимі реального часу
Поїхали з нами	Туристична агенція	CRM, онлайн-платформи бронювання	Обробка заявок онлайн, бронювання турів, аналітика продажів, зв'язок із постачальниками
Феєрія мандрів	Туристичний оператор	CRM, система керування лояльністю клієнтів	Управління продажами турів, програми лояльності, персоналізація пропозицій

Джерело: створено автором на основі [36]

Автоматизовані системи управління значно спрощують функціонування туристичних компаній в Україні, роблячи їхні послуги більш доступними та ефективними. Використання таких систем як Amadeus, Sabre, Galileo, Travelport дозволяє інтегрувати українських операторів у глобальні системи бронювання, розширюючи доступ до міжнародних туристичних послуг.

Туроператори Join UP!, Tez Tour Ukraine та TUI Ukraine активно використовують CRM-системи для управління клієнтськими базами, аналізу ринку та налаштування персоналізованих туристичних пропозицій. Це дозволяє компаніям ефективно обробляти бронювання, взаємодіяти з партнерами та оперативно реагувати на зміни в попиті.

Онлайн-агрегатори, такі як Tickets.ua, застосовують власні автоматизовані платформи, що інтегруються з міжнародними системами

бронювання. Це дає змогу клієнтам здійснювати бронювання квитків, житла та екскурсій у зручному онлайн-режимі.

Крім цього, багато компаній впроваджують власні системи керування лояльністю клієнтів, що дозволяє створювати персоналізовані пропозиції, проводити маркетингові кампанії та підвищувати рівень обслуговування туристів.

Автоматизовані системи управління (АСУ) є важливим елементом сучасного туристичного бізнесу, оскільки сприяють підвищенню ефективності операцій, оптимізації процесів та покращенню клієнтського обслуговування. В українських туристичних компаніях активно використовуються як глобальні системи дистрибуції (Amadeus, Sabre, Galileo, Travelport), так і власні автоматизовані платформи. Впровадження АСУ дозволяє здійснювати оперативне бронювання, аналізувати ринок, управляти взаємовідносинами з клієнтами (CRM) та проводити маркетингові кампанії. Для оцінки ефективності використання цих систем доцільно провести SWOT-аналіз, який дозволить виявити їх сильні та слабкі сторони, можливості для розвитку та потенційні загрози.

Нижче в таблиці 2.4 подани SWOT-аналіз автоматизованих систем управління, що застосовуються в українських туристичних компаніях.

Таблиця 2.4

SWOT-аналіз автоматизованих систем управління, що застосовуються в українських туристичних компаніях

Сильні сторони (Strengths)	Слабкі сторони (Weaknesses)
- Автоматизація процесів бронювання та управління даними.	- Висока вартість впровадження та технічного обслуговування.
- Інтеграція з глобальними системами бронювання (GDS).	- Необхідність постійного оновлення програмного забезпечення.
- Підвищення точності та швидкості обробки клієнтських запитів.	- Залежність від інтернет-з'єднання та технологічної інфраструктури.
- Можливість персоналізації пропозицій та програм лояльності.	- Висока складність адаптації до специфічних вимог різних ринків.
- Розширення доступу до міжнародних туристичних послуг.	- Потреба у кваліфікованих кадрах для обслуговування систем.

Продовження таблиці 2.4

Можливості (Opportunities)	Загрози (Threats)
- Розвиток власних інноваційних платформ для підвищення конкурентоспроможності.	- Кіберзагрози та ризики втрати конфіденційних даних.
- Впровадження штучного інтелекту та машинного навчання для аналізу клієнтської поведінки.	- Можливі перебої у роботі глобальних систем бронювання.
- Розширення спектру послуг (страхування, трансфер, екскурсії).	- Законодавчі обмеження щодо обробки персональних даних.
- Автоматизація маркетингових кампаній та прогнозування попиту.	- Конкуренція з міжнародними онлайн-агрегаторами.
- Створення мобільних додатків для зручності клієнтів.	- Економічна нестабільність, що впливає на інвестиції у технології.

Джерело: створено автором

Використання автоматизованих систем управління в українських туристичних компаніях забезпечує високу точність і швидкість обробки клієнтських запитів. Завдяки інтеграції з глобальними системами бронювання (Amadeus, Sabre, Galileo) туристичні компанії можуть розширювати свою діяльність на міжнародному рівні. CRM-системи дозволяють зберігати інформацію про клієнтів, персоналізувати пропозиції та реалізовувати програми лояльності.

Однією з основних проблем є висока вартість впровадження та обслуговування АСУ, що може бути недоступним для невеликих компаній. Додаткові виклики включають потребу у кваліфікованих працівниках, які здатні обслуговувати складне програмне забезпечення, а також необхідність постійного оновлення систем відповідно до нових вимог ринку.

Інтеграція новітніх технологій, таких як штучний інтелект і машинне навчання, відкриває нові перспективи для аналізу клієнтської поведінки та прогнозування попиту. Також є можливості для розширення спектру послуг, наприклад, через автоматизацію супутніх послуг (страхування, трансфер, екскурсії). Впровадження мобільних додатків сприятиме покращенню клієнтського досвіду.

Основні ризики пов'язані з кіберзагрозами, оскільки зберігання великих обсягів клієнтських даних підвищує ймовірність кібератак. Також існують загрози законодавчих обмежень щодо обробки персональних даних.

Конкуренція з великими міжнародними онлайн-агрегаторами може обмежити можливості українських компаній у залученні клієнтів.

SWOT-аналіз показує, що автоматизовані системи управління є важливим інструментом підвищення ефективності роботи туристичних компаній в Україні. Вони дозволяють автоматизувати процеси бронювання, персоналізувати пропозиції та розширити спектр послуг. Водночас, значними викликами залишаються висока вартість впровадження, технічна складність і ризики, пов'язані з кібербезпекою. Перспективи розвитку пов'язані з впровадженням новітніх технологій, розширенням функціональних можливостей та адаптацією до змін ринку. Для успішного використання АСУ туристичні компанії мають приділяти увагу як технічному вдосконаленню, так і захисту інформаційних ресурсів.

В. Бурка, В. Підгірна, М. Паламарюк досліджують впровадження автоматизованих інформаційних технологій у туристичному бізнесі, акцентуючи увагу на їхньому впливі на ефективність управління. Автори відзначають, що використання CRM-систем, електронних платформ для бронювання та чат-ботів дозволяє туристичним компаніям оптимізувати процеси обслуговування клієнтів і покращити якість наданих послуг. Також розглядаються переваги хмарних сервісів для збереження та аналізу даних про споживачів [10, с. 1-6].

Ю. В. Сікірда, В. А. Соколовський у своїй роботі аналізують сучасні інформаційні технології для автоматизації роботи туристичних компаній. Вони наголошують, що системи управління бронюванням (PMS), інтегровані платформи для динамічного ціноутворення та програмні рішення для аналітики попиту є ключовими інструментами, які використовують українські туристичні оператори. Застосування цих технологій дозволяє компаніям швидко адаптуватися до змін на ринку та ефективно взаємодіяти з клієнтами [36, с. 169-173].

О. Доценко вивчає автоматизовані системи управління готелями на прикладі «HOTEL 39» у Львові, де використовується комплексне програмне

забезпечення для координації операційних процесів. Автор аналізує впровадження систем автоматизації бронювання, керування персоналом, контролю витрат і аналізу клієнтських уподобань. Це дослідження підтверджує ефективність використання цифрових технологій у сфері гостинності, що забезпечує високу якість сервісу та покращує управління ресурсами [16, с. 87-91].

Н. В. Бакало, М. В. Гунченко розглядають історичні аспекти становлення інформаційних технологій у системі управління сферою туризму, відзначаючи їхню еволюцію від традиційних методів до сучасних автоматизованих рішень. Вони підкреслюють значення ERP-систем, платформ для управління дистрибуцією туристичних послуг і штучного інтелекту в процесах взаємодії з клієнтами. Застосування цих систем дозволяє підвищити ефективність бізнесу та спрощує процес управління туристичними компаніями [6, с. 123-130].

Основними напрямками автоматизації інформаційно-управлінської діяльності у готельному комплексі є:

- автоматизація обробки текстів завдяки введенню електронних друкарських машин і систем для обробки тексту, автоматизація обміну інформацією (комунікації), які містять внутрішню АТС, «електронну пошту», відеотермінальні системи, локальну мережу, телекопіювальні апарати, відеоінформаційні системи;

- автоматизація діяльності керівників на базі комп'ютерних систем, які надають допомогу в прийнятті рішень, електронних секретарів, створення і впровадження інтегрованої системи підприємств, які входять до складу готельного комплексу і потребують докорінної перебудови організації робіт керівників усіх рівнів.

Готельна індустрія використовує системи РМЗ (Property Management System), у той час як підприємства громадського харчування використовують системи RMS (Restaurant Management Systems).

Традиційний процес обслуговування гостей у готелі, що складався з трьох основних етапів (прибуття, проживання, виїзд), зазнав суттєвих змін і трансформувався у складніший набір подій, який структурно розділяється на три стадії:

1. Підготовчий етап – період до укладення договору на розміщення, що включає пошук готелю, бронювання номеру, узгодження умов проживання та можлива попередня оплата.
2. Операційний етап – безпосередньо момент укладення договору, коли відбувається оформлення гостя, реєстрація в системі, визначення комплексу послуг (номер, харчування, додатковий сервіс тощо).
3. Завершальний етап – період після укладення контракту, який охоплює процес проживання, надання послуг, розрахунки з готелем, виїзд і завершення фінансових операцій.

Готельний цикл охоплює весь проміжок часу, починаючи з першого контакту потенційного клієнта з готелем (дзвінок, онлайн-запит тощо) і завершуючи фінальними розрахунками. Він включає процедури бронювання, відкриття рахунку, безпосереднє перебування та користування послугами, а також остаточне закриття файлу клієнта після виїзду.

В умовах ринкової економіки конкурентоспроможність готельного бізнесу значною мірою залежить від удосконалення технічної та технологічної бази управління. Водночас не слід перебільшувати значення інформаційно-управлінських систем, адже їхня функція здебільшого допоміжна. Основні зміни повинні відбуватися на рівні організаційного розвитку, кадрового менеджменту та соціальної політики підприємства.

Сучасний ринок гостинності диктує нові вимоги: паперова робота без оперативного контролю та онлайн-бронювання вже не забезпечують конкурентної переваги. Близько 50 українських готелів вже повністю автоматизували свою діяльність, впровадивши цифрові технології управління. Інші підприємства галузі також мають можливість обрати з

широкого спектру програмного забезпечення ту систему автоматизації, яка найкраще відповідатиме їхнім потребам.

Fidelio Front Office – одна з найпопулярніших у світі систем автоматизації служби прийому і розміщення гостей. Програмний комплекс Fidelio Front Office здійснює взаємозв'язок практично всіх відділів готелю і дозволяє автоматизувати бронювання номерів (у тому числі приймати бронювання з міжнародних центрів бронювання готелів та Інтернету), реєстрацію розміщення і розрахунків гостей, управління номерним фондом, дозвіллям гостей, складання прогнозів роботи готелю на майбутнє. [2]

Попри активний розвиток автоматизації, існують певні виклики:

1. Фінансові витрати на впровадження сучасних АСУ є високими, що обмежує можливості малого та середнього бізнесу.
2. Проблеми з інтеграцією з міжнародними платформами через технічні особливості та нормативні обмеження.
3. Необхідність підвищення цифрової грамотності персоналу, щоб ефективно використовувати новітні технології.

Автоматизовані системи управління відіграють важливу роль у розвитку туристичного бізнесу в Україні, забезпечуючи ефективне управління бронюваннями, продажами, маркетингом та аналітикою. Провідні українські компанії активно використовують глобальні дистрибутивні системи, CRM-платформи та власні автоматизовані рішення для покращення взаємодії з клієнтами. Попри певні виклики, цифровізація туризму в Україні продовжує набирати обертів, відкриваючи нові можливості для розвитку ринку та підвищення якості туристичних послуг.

2.3 Проблеми та перспективи використання інформаційних технологій в туристичній галузі України

У сучасному світі інформаційні технології відіграють ключову роль у розвитку туристичної галузі, забезпечуючи зручність бронювання, персоналізацію послуг і автоматизацію бізнес-процесів. В Україні, як і в усьому світі, цифровізація активно змінює підходи до організації туристичного сервісу. Проте, попри значні переваги впровадження сучасних технологій, українські туристичні компанії стикаються з численними проблемами, які стримують розвиток галузі.

Серед основних труднощів можна виділити недостатню цифрову грамотність працівників, фінансові обмеження для впровадження сучасних ІТ-рішень, проблеми з кібербезпекою, а також низький рівень інтеграції в глобальні інформаційні системи. Окрім того, нестабільна економічна ситуація та законодавчі бар'єри створюють додаткові перешкоди для розвитку цифрового туризму в Україні.

Основні проблеми використання інформаційних технологій у туристичній галузі України:

1. Фінансові обмеження впровадження сучасних технологій

Впровадження автоматизованих систем управління, CRM-систем, глобальних систем бронювання та аналітичних платформ потребує значних інвестицій. Багато українських туристичних компаній, особливо малий та середній бізнес, не можуть дозволити собі витрати на впровадження сучасних ІТ-рішень. У результаті вони залишаються менш конкурентоспроможними порівняно з великими міжнародними гравцями, що впливає на якість обслуговування клієнтів та ефективність управління бізнесом.

2. Недостатня цифрова грамотність персоналу

Використання сучасних інформаційних систем потребує кваліфікованих спеціалістів, здатних працювати з автоматизованими платформами, базами даних, маркетинговими інструментами та технологіями штучного інтелекту.

Однак багато туристичних компаній в Україні стикаються з браком кваліфікованого персоналу або ж недостатньою підготовкою працівників до використання цифрових технологій. Це ускладнює адаптацію до нових ІТ-рішень і знижує ефективність роботи компаній.

3. Проблеми з інтеграцією в міжнародні системи бронювання

Для успішного функціонування туристичної компанії важливо бути інтегрованою у глобальні системи бронювання, такі як Amadeus, Galileo, Sabre та Travelport. Однак через технічні бар'єри, фінансові труднощі та регуляторні обмеження багато українських туристичних операторів не можуть повною мірою використовувати ці інструменти. Це обмежує можливості пропонування конкурентоспроможних туристичних продуктів та ускладнює вихід на міжнародний ринок.

4. Кібербезпека та ризики втрати даних

Оскільки туристичні компанії працюють із великою кількістю персональних даних клієнтів, ризик кібератак та витоку інформації залишається високим. Український туристичний бізнес часто недостатньо інвестує в системи захисту даних, що може призвести до серйозних проблем із безпекою. Втрата довіри клієнтів через витік інформації або хакерські атаки може мати негативні наслідки для репутації компанії та її конкурентоспроможності.

5. Низький рівень автоматизації бізнес-процесів

Попри наявність багатьох цифрових рішень, значна частина туристичних компаній в Україні досі покладається на ручне управління бронюваннями, платежами та аналітикою. Це призводить до затримок у процесах, підвищує ризик помилок і робить роботу менш ефективною. В умовах глобальної конкуренції низький рівень автоматизації стає значним бар'єром для розвитку туристичної галузі.

6. Законодавчі обмеження та нестабільне економічне середовище

Українське законодавство у сфері туризму та ІТ не завжди відповідає сучасним викликам цифровізації. Недосконалість нормативної бази,

податковий тиск та бюрократичні процедури ускладнюють розвиток технологічних ініціатив у туризмі. Окрім того, економічна нестабільність та вплив зовнішніх факторів, таких як війна, негативно позначаються на можливостях бізнесу інвестувати в технологічні рішення.

Попри значні переваги інформаційних технологій у туристичній галузі, українські компанії стикаються з численними проблемами, що уповільнюють їх впровадження. Фінансові труднощі, недостатня цифрова грамотність, проблеми з інтеграцією у міжнародні системи, загрози кібербезпеки та низький рівень автоматизації є основними бар'єрами на шляху цифровізації туризму.

Для подолання цих викликів необхідно збільшувати інвестиції у технології, проводити навчання персоналу, вдосконалювати кібербезпеку та спрощувати законодавчу базу для підтримки розвитку цифрового туризму. Лише комплексний підхід дозволить Україні вийти на якісно новий рівень туристичного обслуговування та підвищити конкурентоспроможність на міжнародному ринку.

Сучасний туризм невід'ємно пов'язаний із використанням інформаційних технологій, які забезпечують швидкий доступ до даних, автоматизують процеси бронювання та покращують клієнтський сервіс. В Україні, попри певні труднощі, галузь туризму активно рухається у напрямку цифрової трансформації. Завдяки інформаційним технологіям зростає конкурентоспроможність туристичних компаній, удосконалюється аналітика ринку, а персоналізація послуг стає більш ефективною.

Однак для того, щоб український туризм розвивався відповідно до глобальних трендів, необхідно впроваджувати новітні цифрові рішення, розвивати автоматизовані системи управління та створювати інноваційні сервіси. Перспективи використання інформаційних технологій у туристичній галузі охоплюють різні аспекти: від штучного інтелекту до інтеграції блокчейну та віртуальної реальності.

А. О. Мельник, Н. В. Тукін аналізують основні проблеми розвитку туризму в Україні, серед яких відзначають недостатній рівень цифровізації та обмежене використання сучасних інформаційних технологій. Автори наголошують, що відсутність єдиної інтегрованої електронної системи управління туристичним бізнесом суттєво ускладнює роботу операторів та агентств, що стримує зростання галузі. Впровадження автоматизованих систем бронювання, мобільних додатків та цифрових маркетингових інструментів може сприяти вирішенню цих проблем [28, с. 982-990].

Н. А. Леоненко розглядає питання державного регулювання туристичної галузі, зокрема в контексті інформатизації бізнес-процесів. Автор зазначає, що недостатня нормативно-правова база та відсутність централізованої державної підтримки у впровадженні цифрових технологій є ключовими викликами. Водночас наголошується на перспективі розробки державних електронних платформ, які могли б інтегрувати всі туристичні послуги та забезпечити доступ до них у режимі реального часу [23, с. 130-131].

О. І. Гайова, К. А. Сефіханова досліджують проблеми використання сучасних інформаційних технологій бронювання в українському туристичному секторі. Основними труднощами є недостатня інтеграція міжнародних онлайн-систем із вітчизняними туристичними компаніями, низький рівень адаптації малого бізнесу до цифрових інструментів, а також технічні бар'єри. Автори пропонують розвиток локальних програмних рішень та навчання фахівців для ефективного використання цифрових технологій у сфері бронювання [11, с. 33-36].

Г. І. Гапоненко, Н. В. Шульга аналізують сучасні тенденції впровадження інформаційних технологій у туристичній сфері України, підкреслюючи зростаючу роль штучного інтелекту, Big Data та CRM-систем у покращенні клієнтського сервісу. Водночас вони вказують на відставання багатьох українських туристичних компаній у впровадженні цих технологій через фінансові обмеження та недостатню підготовку кадрів. Вирішення цих

проблем можливе через залучення інвестицій та міжнародний обмін досвідом [13, с. 111-121].

Г. І. Гапоненко у своїй роботі досліджує перспективи використання технології блокчейну в туристичній галузі України. Автор зазначає, що ця технологія може значно підвищити рівень довіри до онлайн-бронювань, покращити безпеку фінансових операцій та зменшити ризики шахрайства. Проте наявні технічні та законодавчі перешкоди стримують активне впровадження блокчейну. Перспективи розвитку цієї технології залежать від подальших досліджень та нормативного врегулювання цифрових фінансових операцій у сфері туризму [12, с. 193-199].

Штучний інтелект (ШІ) є однією з найперспективніших технологій, що здатна трансформувати туристичну галузь України. Його застосування охоплює різні аспекти діяльності, включаючи автоматизацію процесів бронювання, персоналізацію клієнтського досвіду, аналітику даних і покращення якості обслуговування. Використання ШІ дозволяє туристичним компаніям підвищувати ефективність роботи, знижувати операційні витрати та надавати клієнтам більш зручний і швидкий сервіс.

1. Автоматизація процесів та покращення клієнтського обслуговування

Одним із ключових напрямів використання ШІ в туристичній галузі є автоматизація обслуговування клієнтів. Віртуальні асистенти та чат-боти здатні оперативно відповідати на запити клієнтів у режимі 24/7, надаючи інформацію про тури, ціни, умови бронювання та особливості послуг. Це значно знижує навантаження на персонал та підвищує швидкість обробки запитів. Наприклад, інтеграція ШІ у CRM-системи дозволяє автоматично фіксувати потреби клієнтів, аналізувати історію бронювань та формувати персоналізовані пропозиції.

2. Персоналізація туристичних послуг

ШІ-технології сприяють глибшій персоналізації туристичних продуктів. Використовуючи алгоритми машинного навчання, компанії можуть аналізувати великі масиви даних про уподобання клієнтів, їхній бюджет,

попередні поїздки та формувати індивідуальні рекомендації. Це дозволяє створювати унікальні туристичні пакети, які максимально відповідають потребам кожного клієнта, підвищуючи рівень лояльності та задоволеності. Наприклад, онлайн-агрегатори можуть пропонувати спеціальні акції або знижки на основі поведінкових моделей клієнтів.

3. Аналітика та прогнозування ринкових тенденцій

Штучний інтелект здатен аналізувати великі обсяги даних про ринок, клієнтські вподобання та конкурентів. Це допомагає туристичним компаніям прогнозувати попит, визначати найбільш популярні напрямки та адаптувати свої пропозиції під реальні потреби клієнтів. Завдяки аналітичним можливостям ШІ, компанії можуть оперативно реагувати на зміни ринку, оптимізувати ціноутворення та підвищувати конкурентоспроможність. Наприклад, програми на основі ШІ можуть передбачати сезонні коливання попиту, що дозволяє ефективніше планувати ресурси та рекламні кампанії.

4. Підвищення рівня безпеки та боротьба з шахрайством

ШІ також має значний потенціал у сфері кібербезпеки. У туристичній галузі, де обробляється велика кількість особистих даних клієнтів та фінансових операцій, ШІ може допомогти виявляти підозрілі транзакції, запобігати шахрайству та забезпечувати захист даних. Алгоритми машинного навчання аналізують типові патерни користувачів і виявляють аномалії, що можуть свідчити про несанкціонований доступ або потенційні кібератаки. Це важливо для забезпечення безпеки як клієнтів, так і туристичних компаній.

5. Віртуальні подорожі та використання доповненої реальності (AR/VR)

Одним із новітніх напрямків використання ШІ є розробка віртуальних турів, які дають змогу клієнтам ознайомитися з локаціями ще до фактичної поїздки. Використання доповненої реальності (AR) дозволяє створювати інтерактивні екскурсії, які підвищують інтерес клієнтів і допомагають їм прийняти рішення про покупку туру. Такі технології особливо актуальні для популяризації українських туристичних напрямків серед іноземних туристів, розширюючи географію та доступність туристичних продуктів.

6. Підтримка прийняття рішень та управління ресурсами

ШІ може допомогти керівництву туристичних компаній приймати більш обґрунтовані рішення. Завдяки обробці великих обсягів даних, штучний інтелект може формувати рекомендації щодо оптимізації ресурсів, покращення логістики та зменшення витрат. Наприклад, алгоритми можуть прогнозувати найкращі періоди для запуску акцій, визначати ефективні канали просування та оптимізувати маршрути для екскурсій.

Попри значні переваги використання ШІ в туристичній галузі України, існують і певні виклики. Насамперед, це високі витрати на впровадження та підтримку ШІ-рішень, недостатня підготовка персоналу до роботи з новими технологіями, а також обмеження, пов'язані із законодавчим регулюванням та захистом персональних даних. Важливим кроком до подолання цих перешкод є державна підтримка, залучення інвестицій та розвиток програм з підготовки спеціалістів у сфері цифрових технологій.

Загалом, інтеграція штучного інтелекту у туристичну галузь України відкриває широкі можливості для підвищення конкурентоспроможності, покращення якості обслуговування та впровадження інноваційних підходів до управління бізнесом. Подальший розвиток цієї технології сприятиме створенню більш ефективних, безпечних та персоналізованих туристичних послуг, що відповідають сучасним вимогам глобального ринку.

Основні перспективи використання інформаційних технологій у туризмі України:

1. Автоматизація процесів бронювання та продажу турів
 - Впровадження більш досконалих CRM- і ERP-систем дозволить зменшити витрати часу на обробку заявок, покращити управління бронюваннями та підвищити якість обслуговування клієнтів.
 - Інтеграція із глобальними системами бронювання (Amadeus, Sabre, Galileo) сприятиме розширенню туристичних послуг і співпраці з міжнародними партнерами.
2. Розвиток мобільних додатків для туристів

- Створення зручних мобільних платформ із можливістю бронювання турів, готелів, квитків та екскурсій у режимі реального часу.
 - Впровадження додатків із вбудованими картами, навігацією, порадами для туристів та можливістю швидкого доступу до відгуків про місця та послуги.
3. Інтернет речей (IoT) для покращення туристичного досвіду
- Використання «розумних» пристроїв у готелях для автоматизації сервісу (контроль освітлення, температури, безконтактне керування послугами).
 - Впровадження сенсорних технологій для покращення безпеки та зручності туристичних маршрутів.
4. Розвиток віртуальної (VR) та доповненої реальності (AR)
- Впровадження VR-турів для віртуального знайомства з туристичними локаціями перед поїздкою.
 - Використання AR-додатків для інтерактивних екскурсій та навігації в туристичних місцях.
5. Блокчейн та безпечні платежі у сфері туризму
- Використання блокчейн-технологій для підвищення безпеки платежів і створення прозорих фінансових операцій.
 - Впровадження смарт-контрактів для бронювання, що усуне ризики шахрайства та зробить угоди надійнішими.
6. Big Data та аналітика туристичних потоків
- Використання великих даних (Big Data) для аналізу поведінки туристів, прогнозування популярності напрямків і вдосконалення маркетингових стратегій.
 - Розробка платформ для збирання та обробки даних про туристичні вподобання, що допоможе компаніям краще адаптувати свої послуги під клієнтів.
7. Розвиток безконтактних технологій у туризмі

- Використання безконтактних технологій для оплати послуг (Apple Pay, Google Pay, криптовалюти).
 - Впровадження цифрових паспортів для спрощення реєстрації в аеропортах, готелях та інших туристичних точках.
8. Розвиток «розумних» туристичних міст (Smart Tourism)
- Використання цифрових технологій для створення «розумних» туристичних маршрутів, що оптимізують потоки людей та допомагають уникати перевантажених локацій.
 - Інтеграція датчиків і IoT-пристроїв для збору аналітики про туристичний трафік та оптимізацію міської інфраструктури.

Україна має великий потенціал для розвитку інформаційних технологій у туристичній сфері, що дозволить значно покращити якість обслуговування, підвищити ефективність бізнес-процесів та зробити туристичні послуги доступнішими для внутрішніх і міжнародних туристів.

Впровадження штучного інтелекту, автоматизації, мобільних додатків, блокчейну та аналітичних технологій здатне перетворити український туризм у конкурентоспроможну сферу, що відповідатиме світовим стандартам. Однак для досягнення цих цілей необхідна державна підтримка, фінансові інвестиції та активна співпраця між технологічними компаніями та туристичним бізнесом.

Розвиток інформаційних технологій у туристичному обслуговуванні України поступово набирає обертів, сприяючи автоматизації процесів бронювання, онлайн-консультаціям і покращенню клієнтського сервісу. Туристичні компанії активно впроваджують CRM-системи, мобільні додатки та цифрові платформи для залучення клієнтів. Однак низька цифрова грамотність частини бізнесу, недостатність інвестицій та застаріла інфраструктура стримують динамічний розвиток цієї сфери.

В українському туристичному бізнесі активно використовуються автоматизовані системи управління, такі як Amadeus, Galileo, Sabre, що спрощують процес бронювання та ведення клієнтських баз. Багато компаній

також впроваджують спеціалізовані ERP- та CRM-системи для оптимізації операційної діяльності. Проте, незважаючи на прогрес, рівень автоматизації залишається нерівномірним через фінансові бар'єри та потребу в адаптації міжнародних систем до локального ринку.

Основними проблемами впровадження інформаційних технологій у туризмі є нестача кваліфікованих ІТ-спеціалістів, високі витрати на новітні технології, слабка інтеграція українських туристичних платформ із міжнародними системами. Водночас перспективи розвитку включають розширення використання штучного інтелекту, Big Data, блокчейну, а також створення інноваційних мобільних сервісів для покращення туристичного досвіду.

Розвиток інформаційних технологій у туристичній галузі України є важливим чинником її конкурентоспроможності на міжнародному ринку. Попри існуючі труднощі, автоматизація процесів, цифрові платформи та аналітика великих даних сприяють підвищенню якості туристичних послуг. Для подальшого успішного розвитку необхідно активізувати державну підтримку, залучати інвестиції та розширювати співпрацю між туристичними та ІТ-компаніями.

РОЗДІЛ 3. ОЦІНКА ЕФЕКТИВНОСТІ ВИКОРИСТАННЯ СУЧАСНИХ ІНФОРМАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ В ПІДВИЩЕННІ ЯКОСТІ ТУРИСТИЧНОГО ОБСЛУГОВУВАННЯ

3.1. Методика використання сучасних інформаційних технологій в підвищенні якості туристичного обслуговування

У сучасному світі інформаційні технології (ІТ) стали невід'ємною частиною туристичної сфери, забезпечуючи ефективне управління бізнес-процесами та підвищення рівня обслуговування клієнтів. Впровадження сучасних ІТ-рішень дозволяє автоматизувати процеси бронювання, спрощувати пошук інформації, підвищувати персоналізацію туристичних послуг і покращувати комунікацію між туристами та операторами. Завдяки цьому туристичні компанії можуть надавати якісніші, швидші та зручніші послуги, що сприяє зростанню лояльності клієнтів та підвищенню конкурентоспроможності бізнесу.

Одним із ключових аспектів методики використання інформаційних технологій у туристичному обслуговуванні є впровадження автоматизованих систем бронювання. Такі системи, як Amadeus, Galileo, Sabre та Travelport, дозволяють туристичним агентствам швидко знаходити та резервувати квитки на авіарейси, номери в готелях, транспортні послуги та туристичні пакети. Вони значно спрощують процес взаємодії з клієнтами, забезпечуючи доступ до актуальної інформації у реальному часі. Крім того, інтеграція таких систем з CRM-системами дозволяє туристичним компаніям вести бази даних клієнтів, аналізувати їхні вподобання та пропонувати персоналізовані туристичні послуги.

Ще одним важливим напрямом є використання мобільних додатків для туристів. Сучасні туристичні компанії активно розробляють власні мобільні застосунки або співпрацюють із платформами, такими як Booking.com, Airbnb, TripAdvisor. Ці додатки дозволяють користувачам швидко бронювати готелі, квитки, екскурсії, а також отримувати актуальні відомості про

туристичні напрямки, погоду, транспорт та культурні заходи. Використання мобільних додатків покращує клієнтський досвід, оскільки надає можливість туристам самостійно планувати подорожі, зменшуючи необхідність звертатися до агентств.

Інформаційні технології також значно покращують комунікацію з клієнтами завдяки впровадженню чат-ботів та штучного інтелекту. Чат-боти на основі AI (наприклад, Google Assistant або чат-боти в Messenger і Telegram) можуть оперативно відповідати на запити клієнтів, допомагати у виборі турів, бронюванні послуг, надавати інформацію про візові вимоги та правила перетину кордонів. Це дозволяє туристичним компаніям скорочувати витрати на персонал і водночас покращувати рівень обслуговування, адже чат-боти працюють 24/7.

Окремої уваги заслуговує використання аналітики великих даних (Big Data) у туристичному бізнесі. Завдяки сучасним методам збору та аналізу даних компанії можуть досліджувати поведінку клієнтів, визначати найбільш популярні маршрути та послуги, оптимізувати ціни та розробляти персоналізовані пропозиції. Big Data також використовується для аналізу відгуків клієнтів, що допомагає компаніям визначати слабкі місця у сервісі та вдосконалювати свої послуги.

Ще одним важливим напрямком є впровадження технологій доповненої (AR) та віртуальної реальності (VR). Наприклад, туристичні агентства можуть використовувати VR-технології для демонстрації готелів, туристичних місць або круїзних лайнерів, що допомагає клієнтам приймати обґрунтовані рішення під час вибору туру. AR-технології можуть застосовуватися в мобільних додатках для інтерактивного ознайомлення з визначними пам'ятками або створення віртуальних екскурсій.

І. Р. Кічор у своїй роботі аналізує стратегії підвищення якості туристичних послуг та наголошує на важливості використання сучасних інформаційних технологій у цьому процесі. Автор відзначає, що автоматизація сервісу, впровадження CRM-систем та онлайн-платформ для

бронювання значно покращують взаємодію з клієнтами. Крім того, запропоновано методику оцінювання рівня якості обслуговування на основі цифрового моніторингу задоволеності туристів [19, с. 39].

В. В. Папп досліджує організаційний механізм управління якістю послуг у туристичних підприємствах, підкреслюючи ключову роль інформаційних технологій у стандартизації процесів. Автор пропонує впровадження автоматизованих систем контролю якості та цифрових платформ для збору зворотного зв'язку від клієнтів. Це дозволяє швидше реагувати на зміни у споживчих вподобаннях і покращувати стандарти обслуговування [33, с. 437-443].

А. В. Дружинін акцентує увагу на використанні сучасних інформаційних технологій у діяльності туристично-інформаційних центрів, що є важливим фактором підвищення якості сервісу. Він розглядає методи впровадження інтерактивних карт, мобільних додатків та онлайн-консультацій, які забезпечують зручність доступу до туристичних послуг. Також пропонуються цифрові алгоритми аналізу даних для прогнозування потреб туристів [17, с. 27].

І. Тищук, О. Ільїна аналізують розвиток цифрових технологій у туристичному бізнесі, приділяючи увагу перспективам використання штучного інтелекту та Big Data для персоналізації послуг. Автори пропонують методику застосування цифрових платформ на основі хмарних технологій, що дозволяє інтегрувати бронювання, оплату та комунікацію з клієнтами в єдиній системі. Це сприяє підвищенню ефективності управління туристичним сервісом [39, с. 38-49].

А. Грузд, Л. Бондаренко досліджують реінжиніринг сервісних бізнес-процесів у туризмі та його вплив на якість обслуговування. Автори наголошують на використанні чат-ботів, автоматизованих аналітичних інструментів і електронних систем управління для оптимізації роботи туристичних компаній. Запропонована методика впровадження цифрових

сервісів дозволяє скоротити час обробки запитів клієнтів та мінімізувати ризики людського фактора [14, с. 118-121].

Сучасні інформаційні технології відіграють ключову роль у підвищенні якості туристичного обслуговування, дозволяючи автоматизувати процеси, покращувати персоналізацію послуг, забезпечувати оперативний зворотний зв'язок із клієнтами та аналізувати їхні потреби. Використання CRM-систем, мобільних додатків, чат-ботів, Big Data та VR/AR технологій дозволяє туристичним компаніям підвищувати рівень сервісу та зміцнювати свою позицію на ринку. Однак для подальшого розвитку важливо забезпечити інвестиції у цифрові інновації, покращувати рівень цифрової грамотності персоналу та адаптувати міжнародні IT-рішення до специфіки українського туристичного бізнесу.

3.2. Рекомендації щодо впровадження та використання чат-ботів у туристичних компаніях

Сучасний туристичний бізнес активно використовує цифрові технології для автоматизації процесів та покращення взаємодії з клієнтами. Одним із ключових інструментів, що значно спрощує комунікацію та покращує обслуговування клієнтів, є чат-боти. Це програми, що працюють на основі штучного інтелекту або запрограмованих алгоритмів, і можуть відповідати на запити туристів у режимі реального часу. Чат-боти інтегруються у вебсайти, мобільні додатки та соціальні мережі, дозволяючи туристичним компаніям зменшити навантаження на операторів, підвищити оперативність відповідей та забезпечити безперервну комунікацію з клієнтами [29, с. 246-250].

Основні функції чат-ботів у туризмі включають надання інформації про тури, допомогу у бронюванні, відповіді на часті запитання, підтримку клієнтів у разі форс-мажорних ситуацій та аналіз запитів користувачів. Чат-боти також можуть надавати персоналізовані рекомендації, що базуються

на вподобаннях туристів, сприяючи підвищенню рівня задоволеності клієнтів.

Нижче подана таблиця 3.2 з перерахованими рекомендаціями щодо впровадження та використання чат-ботів у туристичних компаніях.

Таблиця 3.1

Рекомендації щодо впровадження та використання чат-ботів у туристичних компаніях

№	Етап впровадження	Опис
1	Визначення цілей	Визначити основні завдання чат-бота: бронювання, консультації, підтримка клієнтів, продаж додаткових послуг.
2	Вибір платформи	Обрати платформу для створення чат-бота (Dialogflow, ManyChat, Chatfuel, Tidio) або розробити власну.
3	Розробка сценаріїв діалогу	Створити список частих запитань та передбачити варіанти відповідей, щоб забезпечити ефективну взаємодію з клієнтами.
4	Інтеграція з CRM та іншими системами	Підключити чат-бот до CRM, платіжних систем, бази даних бронювань та інших сервісів для автоматизації процесів.
5	Налаштування персоналізації	Використовувати штучний інтелект та аналіз даних для персоналізації відповідей та пропозицій для клієнтів.
6	Забезпечення мовної підтримки	Розробити багатомовну підтримку, враховуючи основні ринки, на які орієнтована компанія.
7	Навчання та тестування	Протестувати чат-бота, визначити слабкі місця, навчити його відповідати на складні запити.
8	Моніторинг та оптимізація	Регулярно аналізувати роботу бота, збирати відгуки клієнтів та вдосконалювати його функціонал.

Джерело: створено автором на основі [4,с.21]

Використання чат-ботів у туристичних компаніях дає можливість значно скоротити час обробки запитів та підвищити ефективність комунікації з клієнтами. Чат-боти працюють 24/7, що особливо важливо для обслуговування міжнародних клієнтів та туристів, які перебувають у різних часових поясах. Вони можуть швидко надавати інформацію про ціни, розклад рейсів, умови бронювання та додаткові послуги, що зменшує навантаження на операторів кол-центрів.

Завдяки інтеграції з CRM-системами чат-боти дозволяють зберігати історію взаємодії з клієнтом, що дає змогу персоналізувати пропозиції та враховувати попередні запити туристів. Наприклад, якщо клієнт раніше

бронював готель у певному місті, бот може запропонувати знижки чи спеціальні пропозиції на майбутні подорожі до цієї ж локації.

Однією з ключових переваг чат-ботів є їхня здатність підтримувати різні мови, що робить туристичні послуги доступними для ширшої аудиторії. Крім того, використання штучного інтелекту та машинного навчання дає змогу ботам удосконалювати свої відповіді, враховуючи особливості мовлення та стиль запитів клієнтів.

Попри численні переваги, є певні виклики, пов'язані з упровадженням чат-ботів у туристичних компаніях. Серед них – необхідність регулярного оновлення бази даних, забезпечення високої точності відповідей, а також вирішення складних або нестандартних запитів, які потребують людського втручання. Важливим аспектом є також кібербезпека – чат-боти повинні відповідати сучасним стандартам захисту персональних даних та конфіденційної інформації.

А. Летягіна аналізує можливості застосування штучного інтелекту для підвищення ефективності роботи туристичних підприємств, зокрема через використання чат-ботів. Авторка рекомендує впроваджувати інтелектуальні системи підтримки клієнтів, які можуть автоматично відповідати на запити, здійснювати бронювання та надавати персоналізовані пропозиції. Це сприяє оптимізації роботи операторів та покращенню сервісу [24, с. 50].

О. В. Хитра, Л. С. Воробйова розглядають роль штучного інтелекту у персоналізації туристичних послуг, акцентуючи увагу на важливості використання чат-ботів для «цифрових туристів». Автори рекомендують впроваджувати системи, що аналізують поведінкові дані клієнтів та формують індивідуальні маршрути й пропозиції. Завдяки інтеграції чат-ботів із CRM-системами туристичні компанії можуть покращити комунікацію та підвищити рівень задоволеності клієнтів [42, с. 288-292].

В. І. Артим у своїй кваліфікаційній роботі досліджує створення інтелектуального чат-бота для підтримки клієнтів у сфері туризму. Він пропонує алгоритм розробки та навчання таких систем на основі машинного

навчання, що дозволяє покращити точність відповідей та забезпечити інтерактивний сервіс 24/7. Автор рекомендує інтеграцію чат-ботів у месенджери та мобільні додатки для зручності клієнтів [4, с. 21].

Загальні рекомендації для покращення якості туристичного обслуговування за допомогою інформаційних технологій:

1. Впровадження автоматизованих систем управління (АСУ)

Туристичні компанії повинні використовувати сучасні CRM-системи для зберігання даних про клієнтів, управління бронюваннями та аналізу ефективності послуг. Автоматизація дозволяє зменшити помилки, покращити швидкість обробки замовлень та персоналізувати підхід до кожного туриста [39, с. 274-275].

2. Розвиток мобільних додатків

У зв'язку з активним використанням смартфонів, туристичні компанії повинні створювати власні мобільні додатки, які надаватимуть клієнтам можливість бронювання турів, отримання оновленої інформації про подорожі та використання інтерактивних карт. Також мобільні додатки можуть включати функції нагадувань та рекомендацій на основі геолокації.

3. Використання чат-ботів та віртуальних асистентів

Чат-боти, інтегровані у вебсайти та соціальні мережі, дозволяють швидко відповідати на запити клієнтів, допомагаючи їм отримати необхідну інформацію щодо подорожей, умов бронювання та вартості послуг. Використання штучного інтелекту в чат-ботах дає змогу аналізувати запити клієнтів та надавати персоналізовані рекомендації [9, с. 167-172].

4. Застосування технологій штучного інтелекту та аналізу великих даних

Штучний інтелект допомагає прогнозувати поведінку клієнтів, аналізуючи їхні попередні замовлення та вподобання. Аналіз великих даних дозволяє туристичним компаніям розробляти ефективні стратегії ціноутворення, розпізнавати популярні туристичні маршрути та оптимізувати рекламні кампанії.

5. Інтеграція онлайн-сервісів для бронювання та оплати

Використання онлайн-систем для бронювання готелів, авіаквитків та екскурсій спрощує процес організації подорожей для клієнтів. Інтеграція з платіжними системами дозволяє здійснювати безпечні фінансові операції, що значно підвищує рівень довіри до туристичної компанії [25, с. 1-8].

6. Розвиток технологій віртуальної реальності (VR) та доповненої реальності (AR)

Віртуальні тури дають змогу клієнтам ознайомитися з готелями, курортами та визначними місцями ще до моменту бронювання. Це сприяє підвищенню рівня довіри до туристичних продуктів та покращенню досвіду користувачів [3, с. 267-269].

7. Підвищення рівня кібербезпеки та захисту персональних даних

З огляду на збільшення кількості онлайн-операцій у туристичній галузі, компанії повинні приділяти особливу увагу захисту персональних даних клієнтів. Використання сучасних методів шифрування та багаторівневої аутентифікації допомагає запобігти витоку інформації.

8. Створення персоналізованих пропозицій на основі штучного інтелекту

Використовуючи алгоритми машинного навчання, туристичні компанії можуть розробляти персоналізовані пакети послуг, що враховують вподобання та історію попередніх подорожей клієнтів. Це сприяє підвищенню лояльності клієнтів та стимулює повторні замовлення.

9. Використання блокчейн-технологій у туристичних розрахунках

Блокчейн може забезпечити прозорість та безпеку фінансових операцій у туристичній галузі. Наприклад, використання смарт-контрактів допомагає уникнути шахрайства та гарантує виконання фінансових зобов'язань між туристичними компаніями та клієнтами.

10. Автоматизація систем лояльності та програм заохочення

Використання цифрових карт лояльності, бонусних програм та спеціальних пропозицій у мобільних додатках допомагає туристичним

компаніям залучати нових клієнтів та підвищувати рівень задоволеності існуючих [8, с. 21].

О. К. Байрачна досліджує вплив штучного інтелекту та Big Data на управління туристичними напрямками, зокрема через автоматизацію взаємодії з клієнтами. Авторка пропонує впроваджувати чат-боти, які аналізують великі масиви даних для прогнозування попиту на тури, рекомендацій оптимальних маршрутів та автоматичного підбору найкращих варіантів відпочинку. Це дозволяє туристичним компаніям ефективніше управляти ресурсами та покращувати якість обслуговування [5, с. 252-255].

Впровадження чат-ботів у туристичних компаніях є ефективним інструментом автоматизації та покращення обслуговування клієнтів. Вони дозволяють туристичним агентствам швидко реагувати на запити, пропонувати персоналізовані послуги та забезпечувати цілодобову підтримку. Для успішного використання чат-ботів важливо правильно визначити їхні функції, інтегрувати з іншими системами, забезпечити персоналізацію та регулярно оновлювати їхній функціонал. Попри певні виклики, сучасні технології дозволяють удосконалювати роботу чат-ботів, роблячи їх незамінними інструментами для розвитку туристичного бізнесу.

3.3. Оцінка впливу впровадження сучасних інформаційних технологій на підвищення якості туристичного обслуговування

У сучасних умовах глобалізації та цифрової трансформації туристична галузь зазнає значних змін, зумовлених впровадженням сучасних інформаційних технологій. Зростання конкуренції, очікування клієнтів щодо високої якості послуг та потреба в персоналізації стимулюють туристичні компанії до використання інноваційних рішень. Такі технології, як чат-боти, мобільні додатки, CRM-системи, аналітика Big Data, віртуальна та доповнена реальність, а також штучний інтелект, дедалі активніше інтегруються у бізнес-процеси туристичного обслуговування.

Метою даного дослідження є оцінка впливу впровадження сучасних інформаційних технологій на якість туристичного обслуговування. Якість у цьому контексті розглядається як ступінь задоволення потреб туристів, швидкість і точність надання послуг, рівень персоналізації пропозицій, а також загальний досвід клієнтів під час взаємодії з туристичними компаніями. Оцінка дозволить виявити найбільш ефективні технологічні рішення та обґрунтувати доцільність їх впровадження.

Нижче подана таблиця 3.3 з оцінкою впливу сучасних ІТ на якість туристичного обслуговування.

Таблиця 3.2

Оцінка впливу сучасних ІТ на якість туристичного обслуговування

Технологія	Вплив на якість обслуговування	Оцінка впливу (1–5)	Коментар
Чат-боти	Забезпечують цілодобову підтримку, швидке реагування на запити клієнтів	4	Підвищують зручність, але потребують якісного налаштування
Мобільні додатки	Забезпечують доступ до послуг у будь-який час, індивідуальні пропозиції	5	Дуже зручні для самостійного планування подорожей
CRM-системи	Покращують персоналізацію, зберігають історію взаємодії з клієнтами	5	Підвищують лояльність клієнтів

Продовження таблиці 3.2

Big Data	Дозволяють аналізувати поведінку туристів та прогнозувати попит	4	Вимагають значних інвестицій у інфраструктуру
Штучний інтелект (AI)	Використовується для рекомендацій, обробки запитів, автоматизації обслуговування	5	Значно підвищує ефективність і точність
Віртуальна/доповнена реальність (VR/AR)	Дають змогу «приміряти» подорожі, оглянути місця до поїздки	3	Додатковий інструмент маркетингу, але не критичний
Онлайн-бронювання	Спрощує процес купівлі турів, квитків, готелів	5	Ключовий фактор зручності для клієнта

Джерело: створено автором

Результати оцінки свідчать про високий позитивний вплив впровадження сучасних інформаційних технологій на якість туристичного обслуговування. Найвищі оцінки отримали CRM-системи, мобільні додатки, штучний інтелект та онлайн-бронювання, що пояснюється їхньою здатністю забезпечувати персоналізований підхід, зручність користування послугами, а також автоматизацію обробки великої кількості запитів.

Чат-боти та аналітика Big Data також показали суттєвий потенціал у покращенні якості сервісу, зокрема шляхом швидкої комунікації та адаптації туристичних продуктів до запитів ринку. Менший вплив має технологія віртуальної/доповненої реальності, яка радше виконує функції презентації продукту, ніж безпосередньо впливає на процес обслуговування.

У цілому, використання ІТ рішень дозволяє компаніям оперативно реагувати на запити клієнтів, оптимізувати внутрішні процеси та підвищити рівень задоволеності споживачів туристичних послуг.

Узагальнюючи проведену оцінку, можна стверджувати, що впровадження сучасних інформаційних технологій суттєво підвищує якість туристичного обслуговування. Такі інструменти, як CRM-системи, мобільні додатки, онлайн-бронювання та штучний інтелект, сприяють підвищенню зручності, персоналізації та швидкості надання послуг. Вони не лише задовольняють базові потреби клієнтів, але й формують позитивний досвід

взаємодії з туристичними компаніями, що безпосередньо впливає на рівень лояльності та повторного звернення до послуг.

Водночас впровадження ІТ потребує системного підходу, фінансових вкладень та адаптації персоналу до нових умов. Компанії, що прагнуть залишатися конкурентоспроможними, мають не лише інтегрувати окремі технології, а й будувати комплексну цифрову екосистему взаємодії з клієнтами. Саме така стратегія дозволить ефективно реагувати на виклики ринку, підвищувати якість сервісу та відповідати сучасним очікуванням туристів.

ВИСНОВКИ

Інформаційні технології в туризмі охоплюють широкий спектр цифрових інструментів, що сприяють автоматизації, підвищенню ефективності та покращенню взаємодії з клієнтами. Серед основних видів технологій можна виділити системи онлайн-бронювання, CRM-системи, мобільні додатки, штучний інтелект та аналітичні платформи. Їх використання дозволяє туристичним компаніям покращити якість обслуговування, прискорити робочі процеси та підвищити конкурентоспроможність.

Впровадження сучасних IT-рішень у сфері туризму сприяє покращенню клієнтського досвіду, забезпеченню персоналізованого обслуговування та оптимізації внутрішніх процесів компаній. Автоматизовані системи дозволяють зменшити час очікування, покращити комунікацію з клієнтами та розширити доступність послуг через цифрові платформи, що в кінцевому підсумку підвищує рівень задоволеності туристів.

Галузь активно розвивається в напрямку цифровізації, зокрема впровадження штучного інтелекту, чат-ботів, блокчейн-технологій, доповненої реальності та біометричних систем ідентифікації. Ці інновації допомагають спростити управління бронюваннями, автоматизувати комунікацію з клієнтами та забезпечити безпеку туристичних операцій, що значно покращує якість послуг.

Україна активно впроваджує інформаційні технології в туристичну сферу, проте розвиток цифрових інструментів все ще стримується обмеженим фінансуванням та недостатнім рівнем цифрової грамотності серед представників галузі. Попри це, туристичні компанії активно адаптують CRM-системи, мобільні додатки та онлайн-платформи, що сприяє поступовому підвищенню рівня автоматизації та якості обслуговування клієнтів.

Українські туристичні компанії впроваджують такі автоматизовані системи, як Amadeus, Galileo, Sabre, Travelport та власні CRM-системи, які

дозволяють ефективно керувати бронюваннями, фінансовими потоками та комунікацією з клієнтами. Використання цих технологій значно підвищує швидкість обробки запитів, знижує ризик помилок і покращує загальну ефективність бізнес-процесів.

Основні проблеми впровадження інформаційних технологій у туристичному секторі України пов'язані з обмеженістю фінансових ресурсів, відсутністю єдиної цифрової екосистеми та недостатнім рівнем технологічної грамотності працівників. Водночас перспективи включають розширення застосування штучного інтелекту, розвиток цифрових платформ, інтеграцію Big Data та блокчейн-технологій, що сприятиме підвищенню рівня автоматизації та конкурентоспроможності галузі.

Використання інформаційних технологій у сфері туризму передбачає комплексний підхід, що включає впровадження онлайн-систем бронювання, CRM-платформ, чат-ботів та мобільних додатків. Такий підхід дозволяє оптимізувати взаємодію з клієнтами, підвищити якість обслуговування та забезпечити швидку реакцію на запити туристів.

Чат-боти можуть значно покращити комунікацію туристичних компаній із клієнтами, автоматизуючи відповіді на запити, надаючи персоналізовані рекомендації та підтримуючи бронювання. Впровадження таких систем передбачає аналіз потреб компанії, вибір відповідної технологічної платформи, інтеграцію з іншими IT-рішеннями та регулярну оптимізацію роботи ботів для підвищення їх ефективності.

Покращення туристичного обслуговування можливе через впровадження комплексної цифрової стратегії, що включає автоматизацію бізнес-процесів, розвиток омніканальних платформ взаємодії, персоналізацію сервісу та використання аналітичних інструментів. Такі заходи сприятимуть підвищенню конкурентоспроможності туристичних компаній та збільшенню рівня задоволеності клієнтів.

Інформаційні технології відіграють ключову роль у розвитку туристичної галузі, сприяючи автоматизації процесів, підвищенню якості

обслуговування та покращенню взаємодії з клієнтами. Впровадження сучасних цифрових рішень дозволяє компаніям швидко реагувати на зміни ринку та забезпечувати комфортні умови для туристів.

Автоматизація управління, розвиток онлайн-платформ, застосування штучного інтелекту та аналітичних систем створюють нові можливості для туристичних компаній, дозволяючи їм оптимізувати робочі процеси та підвищувати ефективність надання послуг.

Попри наявні виклики, такі як фінансові обмеження та необхідність підвищення цифрової грамотності, перспективи розвитку інформаційних технологій у туристичній галузі України залишаються позитивними. Інтеграція інформаційних технологій дозволить зробити індустрію туризму більш доступною, ефективною та орієнтованою на потреби клієнтів.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Авдан О., Компанець К. Вплив сучасних технологій на поведінку споживачів послуг гостинності. С. 363-369. URL: <https://surl.li/oyzojy>
2. Автоматизація процесу управління підприємствами готельного господарства. Букліб. URL: <https://buklib.net/books/32532/>
3. Андренко І. Б., Мараховський Д. М. Використання мобільних додатків для удосконалення обслуговування в готелях. 2023. С. 267-269. URL: <https://surl.li/vfdtjj>
4. Артим В. І. Інтелектуальний чат-бот для підтримки клієнтів у сфері туристичного бізнесу: кваліфікаційна робота на здобуття освітнього ступеня «бакалавр»: спец. 122 «Комп'ютерні науки». ЧНУ ім. Петра Могили. Миколаїв, 2024. 60 с. URL: <https://surl.li/vuxgte>
5. Байрачна О. К. Використання штучного інтелекту та Big data в управлінні туристичними напрямками. 2024. Том 9. № 3. С. 252-255. URL: http://ujae.org.ua/wp-content/uploads/2024/10/ujae_2024_r03_a44.pdf
6. Бакало Н. В., Гунченко М. В. Історія становлення та розвиток інформаційних технологій в системі управління сфери туризму. 2020. С. 123-130. URL: <https://surl.li/nspmdn>
7. Балабаниць А. В. Роль інформаційних технологій в управлінні клієнтоорієнтованістю туристичних підприємств. Науковий вісник Ужгородського національного університету: серія: Міжнародні економічні відносини та світове господарство. Ужгород. Видавничий дім «Гельветика», 2021. Вип. 36. С. 18-24. URL: <https://surl.li/mponxe>
8. Білик І. П. Технологія туристичного обслуговування на прикладі діяльності туристичної фірми «Альбатрос тур». Івано-Франківськ, 2023. 64 с. URL: <https://surl.li/nrdyoj>
9. Бондаренко Л. А. Інструменти підвищення якості туристичних послуг в умовах конкуренції. 2021. С. 167-172. URL: <file:///C:/Users/Admin/Downloads/17542-%D0%A2%D0%B5%D0%BA%D1%81>

%D1%82%20%D1%81%D1%82%D0%B0%D1%82%D1%82%D1%96-34472-1-10-20210719.pdf

10. Бурка В., Підгірна В., Паламарюк М. Застосування автоматизованих інформаційних технологій в туристичному бізнесі. *Економіка та суспільство*, 2022. № 43. С. 1-6. URL: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-43-45>

11. Гайова О. І., Сефіханова К. А. Проблеми використання сучасних інформаційних технологій бронювання в туристичній галузі України. 2022. С. 33-36. URL: <https://surl.li/lywngf>

12. Гапоненко Г. І. Перспективи використання технології блокчейну в туристичній галузі. 2019. С. 193-199. URL: <file:///C:/Users/Admin/Downloads/15570-%D0%A2%D0%B5%D0%BA%D1%81%D1%82%20%D1%81%D1%82%D0%B0%D1%82%D1%82%D1%96-30960-1-10-20200504.pdf>

13. Гапоненко Г. І., Шульга Н. В. Сучасні тенденції та перспективи впровадження інформаційних технологій в туристичній галузі України. С. 111-121. URL: [file:///C:/Users/Admin/Downloads/1004-1508-PB%20\(1\)%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/Admin/Downloads/1004-1508-PB%20(1)%20(1).pdf)

14. Грузд А., Бондаренко Л. Реінжиніринг сервісних бізнес-процесів як сучасний метод забезпеченні якості туристичних послуг. С. 118-121. URL: <https://ir.nmu.org.ua/handle/123456789/165285>

15. Джинджоян В. В. Інноваційні технології в туризмі та гостинності: навч. посіб.: Видав. «Каравела», 2022. 340 с. URL: <http://info.dgu.edu.ua/handle/123456789/551>

16. Доценко О. Автоматизовані системи управління готелями в Україні (за матеріалами готелю «HOTEL 39» у м. Львові). Львів, 2022. С. 87-91. URL: <https://surl.li/xdbxwl>

17. Дружинін А. В. Застосування сучасних інформаційних технологій для підвищення ефективності роботи туристично-інформаційних центрів.

2024. 48 с. URL: <http://195.20.96.242:5028/khkdkak-xmlui/handle/123456789/3021>
18. Іваненко С. В. Стан та перспективи розвитку готельно-ресторанних комплексів в Україні. Кваліфікаційна робота за спеціальністю 242 Туризм. Львів: ЛНУП, 2023. 68 с. URL: <https://repository.lnup.edu.ua/jspui/handle/123456789/773>
19. Кічор І. Р. Стратегія підвищення якості туристичних послуг / Strategy for Improving the Quality of Tourism Services. Тернопіль, 2019. 95 с. URL: <https://surl.li/iknttu>
20. Ковальчук С. Дослідження стану та тенденцій розвитку індустрії гостинності України. *Трансформаційна економіка*, 2024. № 2 (07), С. 27-32. URL: <https://doi.org/10.32782/2786-8141/2024-7-5>
21. Козловський Є. Основні сфери застосування інформаційних систем і технологій у туризмі. *Вісник Київського національного університету культури і мистецтв. Серія: Туризм*, № 3 (1), С. 128-136. URL: <https://doi.org/10.31866/2616-7603.3.1.2020.207516>
22. Кришталь Д. В., Поступна О. В. Структура, основні напрями та сфери застосування інформаційних технологій у туризмі. 2024. С. 131-134. URL: <https://surl.li/hgseoa>
23. Леоненко Н. А. Державне регулювання туристичної галузі в контексті аналізу стану інформатизації туристичного бізнесу в Україні. 2020. С. 130-131. URL: <https://surl.li/totjdu>
24. Летягіна А. Шляхи використання штучного інтелекту для підвищення ефективності діяльності туристичних підприємств. Одеса, 2024. 107 с. URL: <https://surl.li/iajjlf>
25. Лисюк Т., Ройко Л., Білецький Ю. Інноваційні інформаційно-комунікативні технології у сфері туризму. *Економіка та суспільство*, 2022. № 43. С. 1-8. URL: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-43-26>

26. Марчук Д. В. Розвиток інформаційних технологій в туризмі за матеріалами ТА «Анекс Тур», м. Хмельницький: дипломна робота магістра: 242 Туризм і рекреація; Хмельниц. нац. ун-т. Хмельницький, 2023. 72 с. URL: <https://elar.khmnpu.edu.ua/handle/123456789/15520>
27. Маховка В. М. Інтерактивні та Smart-Технології в туризмі. Методологія та практика сталого розвитку туризму: кол. моногр. Полтава: Астроя, 2018. С. 148-155. URL: <https://reposit.nupp.edu.ua/handle/PoltNTU/3196>
28. Мельник А. О., Тукін Н. В. Проблеми розвитку туризму в Україні. С. 982-990. URL: <https://surl.li/azmrdf>
29. Мельник І. Л., Примак Т. Ю. Чат-боти як технологічні драйвери відновлення туристичного бізнесу після пандемії COVID-19. С. 246-250. URL: <https://repository.kpi.kharkov.ua/server/api/core/bitstreams/196d811c-e14c-4530-be97-088683dcfc9f/content#page=246>
30. Нещадим Л. М., Тимчук С. В. Інноваційна автоматизація бізнес-процесів як основа підвищення ефективності підприємств індустрії гостинності. Гостинність і туризм майбутнього: наукові та практичні горизонти: міжн. наук. конф. 17-18 травня 2022р. К.: НУБіП України, 2022. С. 287-289. URL: <https://dspace.udpu.edu.ua/handle/123456789/15515>
31. Осіпчук А. С., Стаховська Д. О. Напрями діджиталізації сучасного туристичного підприємства. С. 279-281. URL: <https://surl.li/vxrcnu>
32. Паньків Н., Гуменяк, В. Діджиталізація туристичних маршрутів в Україні: сучасний стан та тенденції розвитку. *Development Service Industry Management*, 2024. № 1, С. 253–267. URL: <https://surl.li/ffwzbr>
33. Папп В. В. Організаційний механізм управління якістю послуг на туристичних підприємствах. Економіка та суспільство: електронний науковий фаховий журнал. Мукачєво, 2018. № 15. С. 437-443. URL: <http://dspace-s.msu.edu.ua:8080/handle/123456789/2731>

34. Руднева М. Г. Інформаційні методи і технології в туризмі. Стратегія розвитку України. 2019. № 1, С. 145-151. URL: <http://er.nau.edu.ua/handle/NAU/40636>
35. Свідло К. В., Сопельник А. О. Роль сучасних інформаційних технологій у розвитку індустрії туризму і гостинності. С. 272-273. URL: <https://surl.li/mjruox>
36. Сікірда Ю. В., Соколовський В. А. Аналіз сучасних інформаційних технологій для автоматизації роботи туристичних компаній. Кропивницький. С. 169-173. URL: <https://surl.li/fmuynj>
37. Скрипченко І. Т. Інноваційні технології в туризмі: навч. посіб. Дніпро: Журфонд, 2021. 137 с. URL: <https://surl.li/ooaltl>
38. Статистична інформація/ Економічна статистика. URL: https://stat.gov.ua/sites/default/files/2023-07/zv_ekonom%20rach%20sg_2023.docx
39. Стрижак О. О. Туристичний бізнес в умовах індустрії 4.0. С. 274-275. URL: <https://surl.li/puwled>
40. Тищук І., Ільїна О. Digital-технології у сучасному туристичному бізнесі: особливості розвитку та перспективи. Економічний форум. 2023. Т. 13, № 4. С. 38-49. URL: <https://doi.org/10.36910/6775-2308-8559-2023-4-5>
41. Фединець Н. І. Сучасна модель менеджменту в Україні та її вплив на механізм управління персоналом туристичного підприємства. 2020. С. 83-87. URL: <http://188.190.43.194:7980/jspui/bitstream/123456789/10198/1/%D0%86%D0%95-5-6-20-83-88.pdf>
42. Хитра О. В., Воробйова Л. С. Використання можливостей штучного інтелекту для персоналізації туристичних послуг і задоволення потреб «цифрових туристів». Хмельницький. С. 288-292. URL: <https://surl.li/hwaazk>

43. Цвілий С. М., Бублей Г. А. Діджиталізація бізнес-процесів компаній з надання міжнародних туристичних послуг. 2019. № 20. URL: <https://surl.li/xlfimn>
44. Цвілий С. М., Зайцева В. М., Сокол К. М. Повоєнний розвиток підприємств індустрії туризму на основі впровадження інформаційних технологій. 2023. С. 381-388. URL: <https://surl.li/iehmnt>
45. Ципук А. О. Стан та шляхи підвищення ефективності діяльності суб'єктів туристичного обслуговування в Україні. Кваліфікаційна робота за спеціальністю 242 Туризм. Львів: ЛНУП, 2024. 71 с. URL: <https://repository.lnup.edu.ua/jspui/handle/123456789/1889>
46. Цифрова трансформація економіки України. Лютий 2025 року. 2025. URL: <http://niss.gov.ua/news/komentari-ekspertiv/tsyfrova-transformatsiya-ekonomiky-u-krayiny-lyutyu-2025-roku>
47. Чміль Г., Малюкіна С. Управління маркетингом як складова стратегічного розвитку туристичних підприємств. *Економіка та суспільство*, 2024. № 69. С. 1-9. URL: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2024-69-131>
48. Шевчук О. В. (успівавт) Інноваційна політика та сучасні цифрові технології в управлінні логістикою туристичних підприємств. *Наукові інновації та передові технології*. 7, 35. 2024. С. 698-713. URL: DOI: [https://doi.org/10.52058/2786-5274-2024-7\(35\)](https://doi.org/10.52058/2786-5274-2024-7(35))
49. Шестель О. Г., Гоменюк Н. В. Роль інформаційних технологій у туристичному бізнесі. 2019. С. 47-49. URL: <https://surl.li/wymwsi>

Звіт подібності

метадані

Назва організації
Kyiv National Economic University named after Vadym Hetman KNEU

Заголовок
«Використання сучасних інформаційних технологій в підвищенні якості туристичного обслуговування»

Автор
Науковий керівник / Експерт
Саволук Вероніка Романівна канд. екон. наук, доцент Шевчук Оксана Василівна

Підрозділ
кафедра регіоналістики і туризму

Обсяг знайдених подібностей

Коефіцієнт подібності визначає, який відсоток тексту по відношенню до загального обсягу тексту було знайдено в різних джерелах. Зверніть увагу, що високі значення коефіцієнта не автоматично означають плагіат. Звіт має аналізувати компетентна / уповноважена особа.



Тривога

У цьому розділі ви знайдете інформацію щодо текстових спотворень. Ці спотворення в тексті можуть говорити про МОЖЛИВІ маніпуляції в тексті. Спотворення в тексті можуть мати навмисний характер, але частіше характер технічних помилок при конвертації документа та його збереженні, тому ми рекомендуємо вам підходити до аналізу цього модуля відповідально. У разі виникнення запитань, просимо звертатися до нашої служби підтримки.

Заміна букв		4
Інтервали		0
Мікропробіли		9
Білі знаки		0
Парафрази (SmartMarks)		5

Подібності за списком джерел

Нижче наведений список джерел. В цьому списку є джерела із різних баз даних. Копір тексту означає в якому джерелі він був знайдений. Ці джерела і значення Коефіцієнту Подібності не відображають прямого плагіату. Необхідно відкрити кожне джерело і проаналізувати зміст і правильність оформлення джерела.

10 найдовших фраз

Копір тексту

ПОРЯДКОВИЙ НОМЕР	НАЗВА ТА АДРЕСА ДЖЕРЕЛА URL (НАЗВА БАЗИ)	КІЛЬКІСТЬ ІДЕНТИЧНИХ СЛІВ (ФРАГМЕНТІВ)
1	https://repository.inup.edu.ua/jspui/bitstream/123456789/773/1/%D0%9A%D0%B2%D0%B0%D0%BB%D1%96%D1%84%D1%96%D0%BA%D0%B0%D1%86%D1%96%D0%B9%D0%BD%D0%B0%20%D1%80%D0%BE%D0%B1%D0%BE%D1%82%D0%B0%20%D0%86%D0%B2%D0%B0%D0%BD%D0%B5%D0%BD%D0%BA%D0%BE%20%D0%A1%20%28%D0%B4%29.pdf	144 1.09 %
2	http://repository.inup.edu.ua:8080/jspui/bitstream/123456789/1889/1/%D0%94%D0%B8%D0%BF%D0%BB%D0%BE%D0%BC%20%D0%A6%D0%B8%D0%BF%D1%83%D0%BA.pdf	125 0.95 %
3	https://buklib.net/books/32532/	77 0.58 %

4	http://repository.lnup.edu.ua:8080/jspui/bitstream/123456789/1889/1/%D0%94%D0%B8%D0%BF%D0%BB%D0%BE%D0%BC%20%D0%A6%D0%B8%D0%BF%D1%83%D0%BA.pdf	71 0.54 %
5	https://repository.lnup.edu.ua/jspui/bitstream/123456789/773/1/%D0%9A%D0%B2%D0%B0%D0%BB%D1%96%D1%84%D1%96%D0%BA%D0%B0%D1%86%D1%96%D0%B9%D0%BD%D0%B0%20%D1%80%D0%BE%D0%B1%D0%BE%D1%82%D0%B0%20%D0%86%D0%B2%D0%80%D0%BD%D0%B5%D0%BD%D0%BA%D0%BE%20%D0%A1%20%28%D0%B4%29.pdf	65 0.49 %
6	https://buklib.net/books/32532/	59 0.45 %
7	http://repository.lnup.edu.ua:8080/jspui/bitstream/123456789/1889/1/%D0%94%D0%B8%D0%BF%D0%BB%D0%BE%D0%BC%20%D0%A6%D0%B8%D0%BF%D1%83%D0%BA.pdf	46 0.35 %
8	https://buklib.net/books/32532/	22 0.17 %
9	https://ir.kneu.edu.ua/server/api/core/bitstreams/985452ab-beba-4240-b864-b095e514e61c/content	15 0.11 %
10	http://repository.lnup.edu.ua:8080/jspui/bitstream/123456789/1889/1/%D0%94%D0%B8%D0%BF%D0%BB%D0%BE%D0%BC%20%D0%A6%D0%B8%D0%BF%D1%83%D0%BA.pdf	12 0.09 %

з бази даних RefBooks (0.09 %)

ПОРЯДКОВИЙ НОМЕР	ЗАГОЛОВОК	КІЛЬКІСТЬ ІДЕНТИЧНИХ СЛІВ (ФРАГМЕНТІВ)
джерело: Paperity		
1	HIGHER EDUCATION DEVELOPMENT TRENDS IN THE CONTEXT OF EUROPEAN INTEGRATION PROCESSES Nataliia Machynska;	12 (2) 0.09 %

з домашньої бази даних (0.05 %)

ПОРЯДКОВИЙ НОМЕР	ЗАГОЛОВОК	КІЛЬКІСТЬ ІДЕНТИЧНИХ СЛІВ (ФРАГМЕНТІВ)
1	Фінансове забезпечення інвестиційних проєктів в Україні 6/14/2020 Kyiv National Economic University named after Vadym Hetman KNEU (кафедра корпоративних фінансів і контролінгу)	6 (1) 0.05 %

з програми обміну базами даних (0.39 %)

ПОРЯДКОВИЙ НОМЕР	ЗАГОЛОВОК	КІЛЬКІСТЬ ІДЕНТИЧНИХ СЛІВ (ФРАГМЕНТІВ)
1	Діджитал туризм: напрями та перспективи розвитку 6/7/2024 King Danylo University (King Danylo University)	11 (2) 0.08 %
2	Корнієнко_Крупа_стаття 10/28/2024 Publishing House "Helvetica" (Видавничий дім "Гельветика")	11 (1) 0.08 %
3	Кваліфікаційна робота Брадупін 2024 ПЕРЕВІРКА 11/5/2024 Kyiv National Linguistic University (Кафедра психології і туризму)	10 (1) 0.08 %
4	ДИПЛОМна робота 24.02.25 2/25/2025 Interregional Academy of Personnel Management (Навчально-науковий інститут управління, економіки та бізнесу)	10 (1) 0.08 %

5	Антонюк Андрій 11/17/2024 Kremenets Regional Taras Shevchenko Humanitarian and Pedagogical Academy (Кафедра теорії і методики трудового навчання та технологій)	10 (1) 0.08 %
з Інтернету (5.00 %)		
ПОРЯДКОВИЙ НОМЕР	ДЖЕРЕЛО URL	КІЛЬКІСТЬ ІДЕНТИЧНИХ СЛІВ (ФРАГМЕНТІВ)
1	http://repository.inup.edu.ua:8080/jspui/bitstream/123456789/1889/1/%D0%94%D0%B8%D0%BF%D0%BB%D0%BE%D0%BC%20%D0%A6%D0%B8%D0%BF%D1%83%D0%BA.pdf	254 (4) 1.92 %
2	https://repository.inup.edu.ua/jspui/bitstream/123456789/773/1/%D0%9A%D0%B2%D0%B0%D0%B%D1%96%D1%84%D1%96%D0%BA%D0%B0%D1%86%D1%96%D0%B9%D0%BD%D0%B0%20%D1%80%D0%BE%D0%B1%D0%BE%D1%82%D0%B0%20%D0%86%D0%B2%D0%B0%D0%BD%D0%B5%D0%BD%D0%BA%D0%BE%20%D0%A1%20%28%D0%B4%29.pdf	209 (2) 1.58 %
3	https://buklib.net/books/32532/	158 (3) 1.20 %
4	https://ir.kneu.edu.ua/server/api/core/bitstreams/985452ab-baba-4240-b864-b095e514e61c/content	21 (2) 0.16 %
5	https://dspace.znu.edu.ua/jspui/bitstream/12345/19841/1/%D0%A0%D0%B0%D1%88%D0%BA%D0%BE%D0%B2%D1%81%D1%8C%D0%BA%D0%B0%20%D0%B4%D0%B8%D0%BF%D0%BB%D0%BE%D0%BC.docx	19 (3) 0.14 %

Список прийнятих фрагментів (немає прийнятих фрагментів)

ПОРЯДКОВИЙ НОМЕР	ЗМІСТ	КІЛЬКІСТЬ ОДНАКОВИХ СЛІВ (ФРАГМЕНТІВ)
------------------	-------	---------------------------------------

