

DOI: <https://doi.org/10.32782/2521-666X/2025-89-14>
УДК 338.48:004

Паламарюк М.Ю.

кандидат географічних наук, асистент,
Чернівецький національний університет імені Юрія Федьковича

Наконечний К.П.

кандидат географічних наук, доцент,
Чернівецький національний університет імені Юрія Федьковича

Palamaryuk Maria, Nakonechnyy Kostyantyn
Yuriy Fedkovych Chernivtsi National University

ІННОВАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ В УПРАВЛІННІ КОМУНІКАЦІЯМИ ТУРИСТИЧНОЇ СФЕРИ УКРАЇНИ

INNOVATIVE TECHNOLOGIES IN THE MANAGEMENT OF COMMUNICATIONS IN THE TOURIST SPHERE OF UKRAINE

Цифрові трансформації стають ключовим фактором конкурентоспроможності підприємств у сучасному глобалізованому світі. У статті досліджено роль інноваційних технологій в управлінні комунікаціями туристичної сфери України. Розглянуто ключові цифрові інструменти, що сприяють підвищенню ефективності взаємодії між туристичними компаніями та клієнтами, зокрема соціальні мережі, мобільні додатки, чат-боти, інтерактивні онлайн-платформи, технології VR/AR та Big Data. Аналізується вплив автоматизації процесів бронювання, персоналізації маркетингових стратегій і кризового менеджменту через цифрові канали. Наведено приклади впровадження інновацій у провідних міжнародних та українських туристичних компаніях. Доведено, що цифровізація є важливим фактором підвищення конкурентоспроможності та якості туристичних послуг в Україні.

Ключові слова: інноваційні технології, інформаційно-комунікаційні технології, комунікаційний менеджмент, мобільні додатки, штучний інтелект, цифрові платформи, соціальні мережі.

In today's world of rapid technological progress, the tourism industry is undergoing significant transformations associated with the introduction of innovative technologies into communication management processes, which are becoming key to improving the level of service, attracting new customers, increasing the competitiveness of companies and optimizing internal processes. Digital communication channels, including social networks, mobile applications, interactive web platforms and chatbots, have become the main means of communication between tourism companies and service consumers. A special role in modern communication management is played by the personalization of offers, which is based on the analysis of Big Data and the use of artificial intelligence. This allows travel companies to adapt their marketing strategies according to individual consumer preferences. In addition, digital tools are actively used for reputation management, which includes monitoring reviews, rating platforms and prompt response to customer requests. Automation of processes in the tourism sector, in particular the use of CRM systems, significantly improves customer relationship management, ensuring effective communication through various communication channels. In crisis situations, such as the COVID-19 pandemic, digital technologies have played a crucial role in maintaining consumer trust, ensuring prompt information about changes in the provision of tourism services. The example of leading international tourism companies, such as Airbnb, Booking.com, Expedia and Marriott, shows the effectiveness of implementing innovative technologies to improve communication and interaction with customers. Ukrainian tourism enterprises, such as TUI Ukraine, Join Up!, Karpaty.travel and LUX-TRAVEL, are also actively integrating digital solutions into their strategies, which contributes to an increase in customer satisfaction and the development of the industry. Thus, the use of innovative technologies in communication management in the tourism sector of Ukraine not only improves the quality of services, but also contributes to the formation of a positive image of the country as an attractive tourist destination. Digital transformation is becoming a key factor in the competitiveness of enterprises in today's globalized world.

Keywords: innovative technologies, information and communication technologies, communication management, mobile applications, artificial intelligence, digital platforms, social networks.

Постановка проблеми. У сучасному світі, де технології стрімко розвиваються, туристична галузь не може залишатись осторонь від цих змін. Інноваційні технології відіграють важливу роль в управлінні комунікаціями, що дозволяє туристичним компаніям

забезпечувати високий рівень обслуговування та залучати нових клієнтів. В Україні, де туризм має великий потенціал для розвитку, використання сучасних інформаційно-комунікаційних технологій (ІКТ) є важливим аспектом для підвищення конкуренто-

спроможності та ефективності роботи туристичних підприємств.

Цифровізація змінює спосіб взаємодії між туристичними компаніями та їхніми клієнтами. Важливим інструментом є веб-сайти, мобільні додатки, соціальні мережі та інші платформи, що дозволяють здійснювати ефективну комунікацію з потенційними туристами.

Створення зручних, інформативних та інтуїтивно зрозумілих інтерфейсів на сайтах туристичних компаній стає необхідною умовою для залучення клієнтів. Мобільні додатки, що дозволяють забронювати готель або екскурсію, переглядати маршрути та отримувати актуальну інформацію про подорожі, значно покращують взаємодію з користувачами.

Аналіз останніх досліджень і публікацій.

Аналіз останніх досліджень і публікацій щодо інноваційних технологій в управлінні комунікаціями туристичної сфери України свідчить про активне впровадження інформаційно-комунікаційних технологій. Так О.В. Круковська та М.М. Батрак [4] досліджують вплив інноваційних технологій на розвиток туризму в Україні. Вони зазначають, що, хоча впровадження електронного бронювання та використання соціальних мереж для просування туристичних продуктів є позитивними зрушеннями, Україна все ще відстає від глобальних тенденцій, таких як використання великих даних та штучного інтелекту для персоналізованого маркетингу та управління клієнтським досвідом. М.В. Грабар [3] аналізує вплив сучасних технологій – мобільних застосунків, VR, IoT, блокчейну та 5G – на ефективність маркетингу та покращення сервісу. У дослідженні «Комунікаційні та інформаційні технології в туризмі: теоретико-методичний аспект» В.С. Білозубенко та співавтори [1] підкреслюють значення веб-сайтів, цифрового маркетингу та соціальних мереж у просуванні туристичних продуктів і формуванні конкурентоспроможності. Про перспективи використання штучного інтелекту та великих даних у туристичній сфері України у своїй статті розкриває Рибак О.С. та Мельничук Ю.О. [6]. Гончаренко С.О. [2] у своїй праці обґрунтовує можливості цифрової трансформації туристичного бізнесу наголошуючи на його важливості та необхідності в умовах глобалізації.

Таким чином, сучасні дослідження підкреслюють важливість впровадження інноваційних технологій в управлінні комунікаціями туристичної сфери України. Інтеграція ІКТ, таких як великі дані, штучний інтелект, мобільні додатки та соціальні мережі, сприяє підвищенню конкурентоспроможності, ефективності та привабливості туристичних підприємств на національному та міжнародному рівнях.

Метою статті є дослідження інноваційних технологій, які застосовуються в управлінні кому-

нікаціями в туристичній сфері України, зокрема в контексті маркетингу, інформаційних технологій і комунікаційних платформ. Відповідно до мети визначено ряд цілей:

- аналіз ролі інноваційних технологій у підвищенні ефективності комунікацій в туристичному бізнесі та їхнього впливу на розвиток туристичної сфери України;
- оцінка переваг і викликів впровадження нових технологій;
- дослідження існуючих практик і тенденцій використання інноваційних технологій у сфері комунікацій для туристичних компаній України, а також виявлення основних тенденцій і майбутніх перспектив.

Виклад основного матеріалу. Основні інновації в комунікаційному менеджменті туристичної сфери можна поділити на окремі напрями:

- цифрові канали комунікації (соціальні медіа, мобільні додатки та Чат-боти);
- інтерактивні онлайн-платформи (інтерактивні вебсайти, геоінформаційні системи (ГІС);
- віртуальна та доповнена реальність (віртуальні тури VR та доповнена реальність (AR);
- інноваційні маркетингові стратегії (інфлюенсер-маркетинг та персоналізовані пропозиції);
- інновації в управлінні репутацією (відгуки та рейтинги та моніторинг онлайн-репутації);
- автоматизація внутрішніх комунікацій (CRM-системи та автоматизація процесів бронювання);
- стратегічна комунікація в кризових ситуаціях (кризис-менеджмент через цифрові канали та відновлення довіри);
- залучення місцевих громад через комунікаційні інструменти та інтерактивні онлайн-ініціативи.

Світовий туристичний бізнес в останні роки активно впроваджує інноваційні технології в управлінні комунікаціями, покращуючи взаємодію з клієнтами та автоматизуючи забезпечення високого рівня обслуговування [5]. Нововведення стають важливою частиною їхніх стратегій для залучення нових клієнтів і підтримки лояльності вже існуючих. Ці компанії активно інвестують в технології для поліпшення ефективності комунікацій, забезпечення кращого досвіду для туристів і зниження операційних витрат.

Так, Airbnb є одним з найбільш інноваційних туристичних підприємств, яке використовує новітні технології для взаємодії з користувачами. Платформа активно використовує:

- Штучний інтелект для персоналізації рекомендацій і маркетингу.
- Мобільні додатки для зручної комунікації між господарями і гостями.
- Чат-боти для автоматизації відповідей на запитання клієнтів і управління бронюваннями.

Booking.com активно застосовує технології для покращення взаємодії з користувачами, використовуючи при цьому:

- Інтелектуальні системи рекомендацій, які допомагають туристам знаходити відповідні варіанти проживання на основі їхнього досвіду та переваг.
- Мобільні додатки з можливістю прямого спілкування з готелями.
- Чат-боти для підтримки клієнтів в режимі реального часу.

TUI Group, один із найбільших туристичних конгломератів світу, активно впроваджує інновації для покращення взаємодії з клієнтами:

- Використання розумних чат-ботів для обробки запитів клієнтів і автоматизації процесів.
- Мобільні додатки для управління бронюваннями, покупками туристичних пакетів і персоналізованих пропозицій.
- Інтерактивні платформи для туристів, де вони можуть отримувати реальні відгуки, рекомендації і навіть знижки.

Expedia активно інвестує в новітні технології, щоб поліпшити процес комунікації з клієнтами:

- Інструменти штучного інтелекту для підтримки персоналізованого сервісу і прогнозування потреб користувачів.
- Мобільні платформи для зручного управління поїздками та бронюваннями в режимі реального часу.
- Автоматизація взаємодії з клієнтами через чат-боти та віртуальних помічників.

Royal Caribbean активно використовує технології для покращення комунікацій на борту і між клієнтами та компанією:

- Мобільні додатки для бронювання, відстеження подій на круїзі, а також для прямого спілкування з екіпажем і туристами.
- Віртуальні помічники для забезпечення персоналізованих порад і допомоги в реальному часі.
- Інтерфейси з розширеною реальністю для надання інформації про круїзи і порти призначення.

Skyscanner є популярною платформою для пошуку авіаквитків і турів, яка активно використовує інноваційні технології:

- Штучний інтелект для персоналізації пошуку і пропозицій на основі попередніх пошуків і звичок користувача.
- Мобільні додатки для зручного управління пошуком і бронюванням квитків.
- Автоматизовані системи для моніторингу цін на квитки та сповіщення користувачів про зміни.

Marriott International активно інтегрує нові технології для покращення комунікацій з клієнтами:

- Інтелектуальні чат-боти для надання інформації про номери, послуги готелів і бронювання.

- Мобільні додатки для реєстрації на місці, вибору послуг і комунікації з персоналом готелю.

- Розширена реальність для надання віртуальних турів по готелях і туристичних місцях.

JetBlue Airways активно працює над удосконаленням комунікацій з пасажирями:

- Інноваційні мобільні додатки, які дозволяють пасажирям отримувати реальну інформацію про рейс і статус польоту.
- Чат-боти та віртуальні помічники для автоматизації запитів пасажирів, таких як зміна квитків або запитання щодо послуг.
- Wi-Fi і цифрові платформи для покращення комунікації під час польоту.

В Україні туристичні підприємства також впроваджують інноваційні технології, що дозволяють не лише підвищити ефективність внутрішніх процесів, але й забезпечити високий рівень обслуговування, залучення нових клієнтів та збереження лояльності старих.

Все це відкриває нові можливості для розвитку туризму в країні, сприяючи підвищенню конкурентоспроможності українського туристичного сектору на міжнародному рівні.

Серед підприємств туристичного бізнесу підприємства новатори які активно розвивають той чи інший напрям комунікаційного менеджменту. Так, лідерську позицію у застосуванні інформаційно-комунікаційних технологій займає TUI Ukraine роблячи наголос на:

– Інновації в комунікаціях: TUI активно використовує цифрові платформи для бронювання турів, організації подорожей і взаємодії з клієнтами. Вони мають мобільні додатки, через які туристи можуть отримувати інформацію, бронювати послуги, а також зручний доступ до актуальних турпакетів.

– Соціальні медіа: Вони активно ведуть свої акаунти на різних платформах соціальних медіа, таких як Facebook, Instagram, Twitter, де розміщують інформацію про нові тури, пропозиції, а також взаємодіють з потенційними туристами через коментарі та месенджери.

Інновації в управлінні комунікаціями Join Up активно використовує технології для автоматизації процесів бронювання та обробки запитів через свій вебсайт і мобільний додаток. Вони також застосовують інструменти CRM (Customer Relationship Management) для персоналізації взаємодії з клієнтами, що дозволяє підвищити рівень задоволення туристів та інтерактивні платформи. У їхній стратегії – надання можливості клієнтам отримати персоналізовані рекомендації, оцінювати їхні відгуки, а також використовувати онлайн-чати для консультацій.

Karpaty.travel активно використовує геоінформаційні системи (ГІС) для створення інтерактивних

карт туристичних маршрутів, що дозволяє туристам обирати оптимальні маршрути для подорожей по Карпатах. Крім того, використовується мобільний додаток, де є вся необхідна інформація щодо розташування об'єктів туристичної інфраструктури. Karpaty.travel активно веде рекламні кампанії в соціальних медіа, де вони пропонують різноманітні туристичні пакети та екскурсії.

LUX-TRAVEL є одним з лідерів в організації індивідуальних та групових подорожей. Вони використовують CRM-системи для збору та аналізу інформації про клієнтів, що дозволяє створювати персоналізовані тури та забезпечувати зручний контакт з кожним туристом. Підприємство активно застосовує чат-боти для підтримки клієнтів на етапі вибору турів та допомоги з бронюванням послуг.

Exodus Travel активно використовує вебсайт для інтерактивного планування подорожей, який надає можливість переглядати детальну інформацію про тури, переглядати рейтинги та відгуки інших туристів. Вони також розробили додатки, що дозволяють клієнтам легко організовувати свою подорож, а також отримувати повідомлення в реальному часі про зміни в турі або нові пропозиції.

Odessa Tour активно використовує цифрові інструменти для організації екскурсій та робота через соціальні мережі. Це підприємство активно використовує інноваційні технології для організації турів по Одесі, включаючи використання мобільних додатків для гіда та інтерактивні карти для самостійних туристичних прогулянок. Вони активно ведуть свої акаунти на соціальних медіа, де не тільки рекламують тури, а й організовують інтерактивні конкурси, комунікують з туристами в коментарях і публікують візуальний контент про найкращі місця Одеси.

Туристична Україна використовує онлайн-платформи для організації турів, зокрема онлайн-бронювання турів по Україні, з можливістю вибору туристичних маршрутів, готелів, екскурсій. Вирізняються креативним підходом в контент-маркетингу та соціальних мережах. Активно ведуть акаунти в Instagram, Facebook, TikTok для привернення уваги до українських туристичних місць, використовуючи сучасні маркетингові стратегії та створюючи візуальний контент, що приваблює молодіжну аудиторію.

Flexi Travel акцентують увагу на автоматизації процесів бронювання, дозволяючи клієнтам зручно обирати тури, готелі, авіарейси, а також здійснювати оплату через онлайн-системи. В їхній практиці поширено використання технології відеоконференцій для консультацій з клієнтами, що особливо важливо для іноземних туристів, котрі бажають отримати докладну інформацію перед подорожжю.

Українська туристична компанія Ukraine Tour, яка спеціалізується на організації турів по Україні та за кордоном, активно використовує соціальні мережі для комунікацій з клієнтами. Вони регулярно проводять прямі трансляції в Instagram і Facebook, що дає змогу взаємодіяти з потенційними туристами, відповідати на їхні питання в реальному часі та надавати актуальну інформацію про нові тури. Також компанія використовує чат-ботів у месенджерах для автоматичного оброблення запитів та консультацій.

SkyUp Airlines (український лоукостер), який активно застосовує інноваційні технології для покращення комунікації з пасажирями. Компанія впровадила систему автоматичних повідомлень про зміни в розкладі рейсів через SMS та мобільний додаток. Також активно використовуються чат-боти в месенджерах для надання оперативної інформації та підтримки клієнтів. Всі ці інструменти дозволяють знижувати час очікування на відповідь і підвищують рівень задоволеності пасажирів.

Prykarpattia Tour, компанія, що спеціалізується на екотуризмі в Карпатах, використовує інноваційні технології для комунікацій через мобільний додаток, що дозволяє туристам отримувати інформацію про маршрути, організовувати групові тури та отримувати персоналізовані рекомендації на основі їхніх уподобань. Також застосовується система онлайн-бронювання та віртуальні тури по природних пам'ятках Карпат.

Kyiv Travel – компанія, що займається екскурсійними турами по Києву та Україні, інтегрувала технології доповненої реальності (AR) в свої тури. Туристи можуть використовувати додаток на смартфоні для перегляду історичних пам'яток у форматі 3D, отримуючи інтерактивні екскурсії в реальному часі. Це дозволяє не лише зберігати інтерес до класичних екскурсій, а й робить їх більш захоплюючими для молодшої аудиторії.

Ці приклади свідчать про те, як інноваційні технології можуть змінювати туристичну галузь, покращуючи процеси комунікації та взаємодії з клієнтами. Впровадження таких технологій в управлінні комунікаціями дозволяє не лише забезпечувати високий рівень обслуговування, але й підвищувати ефективність роботи підприємств, що, в свою чергу, сприяє розвитку туризму в Україні та за її межами.

Лідуючі позиції окремих туристичних підприємств та задекларовані стратегії розвитку в управлінні комунікаціями туристичної сфери України демонструють, як інноваційні технології здатні трансформувати туристичну галузь, оптимізувати взаємодію з клієнтами. Запровадження таких рішень у сфері управління комунікаціями не лише підвищує

рівень обслуговування, але й сприяє ефективнішій роботі підприємств, що, своєю чергою, стимулює розвиток туризму як в Україні, так і за її межами.

Однак, впровадження інновацій в комунікаційно-менеджменті в туристичній сфері України стикається з низкою проблем, які можуть ускладнити або сповільнити цей процес. Основні з них:

- недостатній рівень цифрової інфраструктури (проблеми з Інтернет-з'єднанням, застаріле технічне забезпечення для забезпечення безперебійної роботи нових інноваційних технологій, таких як CRM-системи, онлайн-бронювання, мобільні додатки тощо);

- брак коштів, особливо в малих туристичних підприємствах, які не мають грошей на інновації (нове програмне забезпечення, мобільні додатки, рекламу та навчання персоналу), через що вони продовжують працювати традиційними методами;

- низька цифрова грамотність, не всі працівники мають навички роботи з сучасними технологіями. Деякі бояться змін або не хочуть навчатися;

- проблеми з безпекою даних, малі туристичні компанії часто мають слабкий захист даних клієнтів. Це створює ризики витоку інформації та фінансових втрат;

- консервативні споживачі, а саме багато туристів звикли бронювати тури телефоном або в офісі. Вони не довіряють онлайн-сервісам і не готові використовувати мобільні додатки чи чат-боти;

- мала підтримка від держави. Держава не надає достатніх субсидій і податкових пільг для розвитку інновацій у туризмі. Також відсутні чіткі стандарти для використання нових технологій;

- консервативність галузі. Багато туристичних компаній працюють за старими схемами та не поспішають впроваджувати нові технології через страх змін;

- слабкий розвиток онлайн-продажів. Туристичні компанії в Україні мало використовують сучасні методи онлайн-маркетингу, що ускладнює залучення клієнтів через інтернет;

- відсутність чітких правил для інновацій. У сфері туризму немає єдиних стандартів щодо CRM-систем, автоматизації бронювання та чат-ботів. Це може ускладнювати впровадження технологій;

- недооцінка інвестицій в інновації. Деякі компанії вважають, що інновації – це дорого та ризиковано. Вони не розуміють, як нові технології можуть допомогти бізнесу розвиватися.

Висновки. Незважаючи на існуючі труднощі, український туристичний сектор має великий потенціал для використання інноваційних технологій. Перш за все, це стосується розвитку національних цифрових платформ для бронювання турів, інтеграції з міжнародними сервісами та активного використання штучного інтелекту для автоматизації процесів.

Завдяки підтримці держави, зростанню рівня цифрової грамотності та удосконаленню інфраструктури, туристична галузь в Україні має всі шанси стати однією з найбільш інноваційних та конкурентоспроможних на міжнародній арені.

Інноваційні технології є основою для майбутнього розвитку туристичної галузі України. Вони не лише підвищують ефективність управлінських процесів, але й забезпечують безперервну комунікацію з клієнтами, що є важливим фактором у залученні нових туристів. Однак для досягнення максимальних результатів необхідно вирішити ряд проблем, таких як недостатня цифрова грамотність і фінансові бар'єри. Попри це, перспективи розвитку галузі з використанням інноваційних технологій є дуже великими, і в найближчі роки можна очікувати значних змін у цій сфері.

Список літератури:

1. Білозубенко В. С., Разінкова М. Ю., Небаба Н. О., Ятчук О. М. Комунікаційні та інформаційні технології в туризмі: теоретико-методичний аспект. *Наукові записки КНУТД*. 2023. № 6 (92). С. 89–102.
2. Гончаренко С. О. Цифрова трансформація туристичного бізнесу: виклики та можливості. *Журнал соціально-економічних досліджень*. 2023. № 5(67). С. 99–113.
3. Грабар М. В. Інформаційні системи та технології на туристичному ринку: сучасність та перспективи. *Вісник Ужгородського національного університету*. 2023. № 34. С. 112–120.
4. Круковська О. В., Батрак М. М. Інноваційні технології як фактор підвищення конкурентоспроможності туристичних підприємств. *Економіка та підприємництво*. 2023. № 2(105). С. 45–58.
5. Наконечний К. П. *Менеджмент туристичної індустрії : освітньо-наукові домінанти : колективна монографія* / Руденко В. П., Підгірна В. Н., Наконечний К. П. та ін. Чернівці : Чернівець. нац. ун-т ім. Ю. Федьковича, 2024. С. 280–312.
6. Рибак О. С., Мельничук Ю. О. Використання штучного інтелекту та великих даних у туристичній сфері України. *Економічні інновації*. 2022. № 4 (88). С. 75–86.

References:

1. Bilozubenko, V. S., Razinkova, M. Yu., Nebaba, N. O., & Yatchuk, O. M. (2023). Komunikatsiini ta informatsiini tekhnolohii v turizmi: Teoretyko-metodychnyi aspekt [Communication and information technologies in tourism: Theoretical and methodological aspect]. *Naukovi zapysky KNUTD*, no 92, pp. 89–102.

2. Honcharenko, S. O. (2023). Tsyfrova transformatsiia turytychnoho biznesu: Vyklyky ta mozhlyvosti [Digital transformation of the tourism business: Challenges and opportunities]. *Zhurnal sotsialno-ekonomichnykh doslidzhen*, no 67, pp. 99–113.
3. Hrabar, M. V. (2023). Informatsiini systemy ta tekhnolohii na turystychnomu rynku: Suchasnist ta perspektyvy [Information systems and technologies in the tourism market: Modernity and prospects]. *Visnyk Uzhhorodskoho natsionalnoho universytetu*, no 34, pp. 112–120.
4. Krukovska, O. V., & Batrak, M. M. (2023). Innovatsiini tekhnolohii yak faktor pidvyshchennia konkurentospromozhnosti turystychnykh pidpriemstv [Innovative technologies as a factor in increasing the competitiveness of tourism enterprises]. *Ekonomika ta pidpriemnytstvo*, no 105, pp. 45–58.
5. Nakonechnyi, K. P. (2024). *Menedzhment turytychnoi industrii: Osvitno-naukovi dominaty* [Tourism industry management: Educational and scientific dominants]. In V. P. Rudenko, V. N. Pidhirna, & K. P. Nakonechnyi (Eds.), *Kolektyvna monohrafiia* pp. 280–312. Chernivtsi: Chernivetskyi natsionalnyi universytet im. Yu. Fedkovycha.
6. Rybak, O. S., & Melnychuk, Yu. O. (2022). Vykorystannia shtuchnoho intelektu ta velykykh danykh u turytychnii sferi Ukrainy [Use of artificial intelligence and big data in the tourism sector of Ukraine]. *Ekonomichni innovatsii*, no 88, pp. 75–86.