

СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ ТА ПЕРСПЕКТИВИ ВПРОВАДЖЕННЯ ІНФОРМАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ В ТУРИСТИЧНІЙ ГАЛУЗІ УКРАЇНИ

Гапоненко Ганна Ігорівна

канд. екон. наук, доцент

Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна

м. Свободи, 6, м. Харків, Україна, 61022

e-mail: a.i.gaponenko@karazin.ua

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-8998-4795>

Шульга Надія Віталіївна

студентка

Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна

м. Свободи, 6, м. Харків, Україна, 61022

e-mail: nadia.shulga23@gmail.com

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-7135-5170>

Інформаційні технології значно спрощують процедуру формування туристичного продукту з використанням комп'ютерних мереж, міжнародних систем бронювання, електронних баз даних з нормативно-правових актів у туризмі, автоматизованих систем взаєморозрахунків тощо. Вплив інформаційних технологій на туризм здійснюється за такими напрямками: підвищення ефективності управління підприємством, підвищення якості обслуговування клієнтів, створення та реалізація нових послуг. Предметом дослідження є впровадження інформаційних технологій в туристичній галузі України. Мета статті полягає у виявленні тенденцій та окресленні перспектив застосування сучасних інформаційних технологій у туристичній галузі. В статті використано наступні методи наукового дослідження: аналіз і синтез для уточнення сутності інформаційних технологій; спостереження і теоретичних узагальнень для розкриття особливостей впровадження інформаційних технологій в діяльність підприємств туристичної галузі; статистичний – для аналізу сучасного стану інформаційних технологій в індустрії туризму; графічні і табличні прийоми – для визначення взаємозв'язку між показниками, їх кількістю й подання результатів дослідження. Отримано наступні результати. Найбільш популярними сайтами в Україні в категоріях «Розміщення», «Подорожі повітрям», «Подорожі наземним транспортом» та «Туристичні пам'ятки» виявилися сайти: booking.com, flyuia.com, blablacar.com.ua та getyourgiede.com. Порівняно зі світовим досвідом, відсоток платного пошуку в Україні вищий, а це означає, що деякі компанії мають не дуже розвинений бренд. Оцінка у мобільних додатках у всіх компаній вище 4, що є гарним показником. Через пандемію туризм зараз знаходиться у важкій ситуації, це також вплинуло на статистику всіх показників на веб-ресурсах, але експерти звертають увагу на історичну стійкість туризму та його здатність виходу з кризових ситуацій. З порівняльної характеристики веб-сторінок у чотирьох категоріях в Україні та світі можна зробити висновки, що в нашій країні бренди цих компаній розвинені на недостатньому рівні, рівень популярності серед туристів нижчий, відсоток пошукового трафіку також нижчий. Для підвищення відвідуваності сайту, рівня впізнаваності туристичним підприємствам слід використовувати соцмережі для надання актуальної інформації туристам та для підтримки зв'язку з клієнтами, а також надсилати поштової розсилки з акціями та знижками.

Ключові слова: інформаційні технології, туристична галузь, туристичні підприємства, веб-сайт, мобільні додатки, прямий трафік, органічний трафік, платний пошук.

Постановка проблеми.

На сучасному етапі ринкових змін управління діяльністю туристичних підприємств в Україні вимагає пошуку нових поглядів та нетрадиційних підходів. Одним з яких є впровадження інформаційних технологій, які дають змогу оперативно реагувати на ринкові зміни за допомогою розроблення та здійснення конкретних заходів щодо вивчення та розвитку ринку, підготовки альтернативних та гнучких рішень і, з рештою, забезпечити прибуткове й довготермінове функціонування. Розвиток туристичного бізнесу стає неможливим без впровадження сучасних інформаційних технологій.

Аналіз досліджень та публікацій.

Дослідження щодо використання новітніх інформаційних технологій у діяльності підприємств туристичної сфери і туризмі в цілому здійснювали: С. Арімов, В. Балута, П. Бурцев, А. Галиновський, О. Губанова, В. Гуляев, А. Демаш, М. Єфремова, І. Зорін, І. Калашников,

В. Квартальнов, Д. Купінський, Ю. Миронов, М. Морозов, Н. Морозова, Т. Новгородцев, Н. Плотнікова, М. Окококов, М. Робсон, М. Скопєнь, О. Тоффлер, Ф. Уллах, М. Хайдегер, А. Шлеєв, С. Чупров та інші.

Мета статті полягає у виявленні тенденцій та окресленні перспектив застосування сучасних інформаційних технологій у діяльності підприємств туристичної галузі.

Виклад основного матеріалу.

Туризм як галузь, виконує одну з провідних функцій у світовій економіці, забезпечуючи формування значної частини світового валового продукту. Стрімкий розвиток туристичної галузі згенерував потребу розроблення сучасних інформаційних технологій, що спрямовані на підвищення рівня надання туристичних послуг. Специфіка технології розробки та реалізації турпродукту вимагає таких систем, які в найкоротший термін надавали б актуальні відомості про доступність транспортних засобів і можливості розміщення туристів, забезпечували

б швидке резервування і бронювання місць, а також автоматизацію рішення допоміжних завдань при наданні туристичних послуг (паралельне оформлення таких документів, як квитки, рахунки і путівники, забезпечення розрахункової і довідковою інформацією та ін.). Системи інформаційних технологій, що використовуються в туризмі, можна розділити на наступні функціональні групи інформаційних систем:

- системи бронювання і резервування;
- туристичні віртуальні спільноти;
- інформаційні системи менеджменту;
- електронна комерція;
- геоінформаційні системи;
- інформаційні технології в системах управління готельним комплексом;
- системи підтримки туристичного бізнесу в Інтернет.

Основні завдання, які повинна вирішити запропонована система, це:

- постачання мандрівника детальною і актуальною інформацією щодо найширшого спектра тем;
- надання невеликим туристичним організаціям можливості недорого і ефективно просувати на ринок свої послуги та пропозиції;
- забезпечити недорогий спосіб будь-яким організаціям поширювати інформацію через електронні мережі;
- пропозиція альтернативної системи маркетингу і каналів поширення інформації;

- створення відкритої економічної системи для продажу в електронній формі туристичних послуг.

Деякі найпопулярніші комерційні програми, такі як динамічні цифрові карти із зображеннями та відео, віртуальні тури, електронні книги та програми віртуальної реальності, що являють собою тривимірне та інтерактивне середовище, змінили туристичну маркетингову систему та її оточення. Інтернет – це ефективне середовище спілкування, що впроваджує прозорість, конкурентоспроможність, гнучкість, швидкість передачі інформації, зручність та різноманітність альтернатив постачальникам туристичної продукції [3].

У сучасних умовах підприємства, які задіяні у сфері туризму, можуть використовувати Інтернет такими способами: створення веб-ресурсу, на якому розміщено інформацію про підприємство та його послуги; розміщення на сайтах та спеціальних платформах реклами; участь у групах з обміну новинами; спілкування за допомогою електронної пошти [1]. Тому ми вважаємо доцільним звернути увагу на статистику найпопулярніших веб-сайтів та мобільних додатків в Україні у чотирьох категоріях: «розміщення», «подорожі повітрям», «подорожі наземних транспортом» та «туристичні пам'ятки».

В табл. 1 наведено найпопулярніші веб-сайти у категорії «розміщення». Надамо коротке роз'яснення їх сутності. Booking.com та Doba.ua – це системи інтернет-бронювання, Otputsk.com та Turpravda.ua – веб-сайти, на яких можна переглянути відгуки та фото готелів, Rixos.com – веб-сайт мережі п'ятизіркових готелів.

Таблиця 1

Найбільш відвідувані сайти у категорії «Розміщення» в Україні

№	Веб-сайт	Категорія	Кількість відвідувачів за місяць, осіб	Відвідування через ПК, %	Відвідування через мобільний телефон, %
1	booking.com	Подорожі та туризм > Розміщення	2 555 000	52.84	47.16
2	otputsk.com		359 255	41.27	58.73
3	rixos.com		244 453	1.01	98.99
4	turpravda.ua		227 579	35.67	64.33
5	doba.ua		206 622	23.76	76.24

Складено за матеріалами: [4]

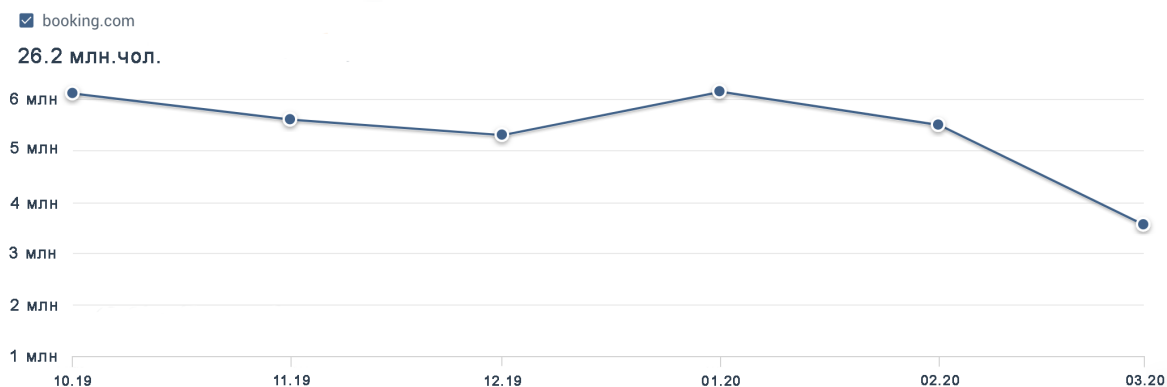


Рис. 1. Кількість відвідувань сайту booking.com у період з 10.2019 по 03.2020 рр. в Україні [4]

Найбільш популярним сайтом в Україні є Booking.com, кількість відвідувачів якого у березні

2020 р склала 2,5 млн осіб (рис. 1). Майже 53% відвідали сайт через ПК, інші – за допомогою

мобільного телефону. Це свідчить насамперед про те, що інтерфейс сайту зручний для відвідування за допомогою обох пристроїв. За період з жовтня 2019 р. по березень 2020 р. в Україні сайт відвідало 26,2 млн. осіб. Невеликий спад у листопаді та

Джерела трафіку

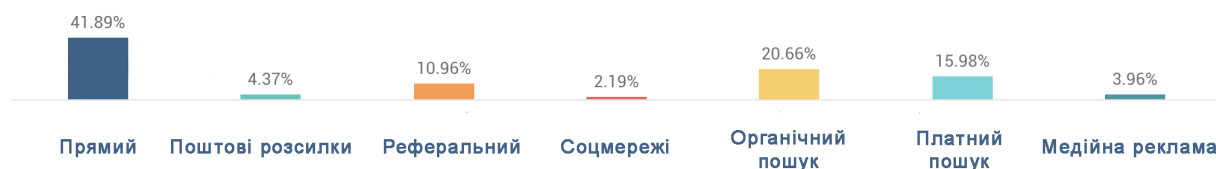


Рис. 2. Джерела трафіку сайту booking.com у березні 2020 р. в Україні [4]

З рис. 2 видно, що джерела трафіку сайту booking.com розподілилися наступним чином: майже 42% припадає на прямий трафік, 21% – на органічний (Органічний трафік – це користувачі, які самостійно перейшли на сайт, обравши його в пошуковій видачі. Вони вводять ключовий запит, а потім шукають кращий ресурс. Платний пошук – це користувачі, які потрапляють на сайт за допомогою спеціально налаштованих рекламних текстових оголошень у пошукових системах [2]). Отже можна зробити висновок, що сайт booking.com доволі популярний в Україні.

У наш час технології мобільних додатків є одними з найважливіших технологій, оскільки все більше туристів шукають інформацію за допомогою телефону в будь-який час і в будь-якому місці. Вплив технологічної трансформації є очевидним в усіх галузях промисловості та економіки, особливо в туризмі, тому для будь-якого туроператора та туристичного підприємства

необхідно бути представленим у мобільних додатках.

Аналізуючи дані табл. 2, можна побачити, що середньомісячна кількість завантажень через магазин Google Play майже в два рази вища, ніж через магазин AppStore. Це обумовлено тим, що кількість користувачів мобільних пристроїв з ОС Android вдвічі більша за кількість користувачів мобільних пристроїв з ОС IOS. Рейтинг Booking.com: Hotels, Apartments & Accommodation в обох магазинах становить 4.8, що є дуже високою оцінкою. Користувачі так високо оцінили додаток за гарний сервіс, зручність, а також великий перелік готелів.

Аналіз міжнародного досвіду створення і функціонування туристичних інформаційних систем показує, що вони можуть розглядатися як незамінний інструмент в туристичному бізнесі при плануванні, дослідженнях і маркетингу.

Таблиця 2

Статистика мобільного додатку Booking.com: Hotels, Apartments & Accommodation у магазинах AppStore та Google Play в Україні станом на березень 2020 р.

	Середньомісячна кількість завантажень, тис.	Рейтинг за весь час
AppStore	42.3	4.8
Google Play	90.3	4.8

Складено за матеріалами: [4]

Як бачимо з табл. 3, компанія Booking.com дотримується однакової стратегії просування сайту, тому розподіл між джерелами трафіку у

світі і в Україні приблизно однаковий. Також це свідчить про те, що поведінкова модель користувачів співпадає.

Таблиця 3

Порівняльна статистика сайтів у категорії «Розміщення» в Україні та світі у березні 2020 р.

	Booking.com у світі	Booking.com в Україні
Кількість відвідувань за березень 2020 року, осіб	427 400 000	2 555 000
Прямий трафік, %	41.58	41.89
Реферальний трафік, %	13.30	10.96
Пошуковий трафік, %	37.46	36.64
Соцмережі, %	1.76	2.19
Поштові розсилки, %	3.48	4.37
Медійна реклама, %	2.43	3.96

Складено за матеріалами: [4]

Сайти, які користуються популярністю в Україні у категорії «Подорожі повітрям»: flyuia.com, wizzair.com, ryanair.com, kbp.aero і avianews.com. Перші три сайти – це авіакомпанії, четвертий – офіційний сайт аеропорту «Бориспіль», п'ятий – сайт з актуальними новинами про рейси, розпродажі квитків, інформацією про аеропорти та авіакомпанії.

Найбільш популярним є сайт Flyuia.com, оскільки ця компанія міжнародних авіаліній України має безліч рейсів майже в усі куточки світу. З табл.4 можна побачити, що кількість

відвідувачів за березень склала 548 тис. осіб, що майже на 75 тис. більше, ніж кількість відвідувачів наступного за популярністю сайту.

Очевидно, що відсоток кількості відвідувачів через ПК у сайтів авіакомпаній більший, оскільки купувати квитки в такий спосіб легше. Дізнаватися останні новини та перевіряти актуальні інформацію щодо рейсів користувачам навпаки зручніше за допомогою мобільного телефону, оскільки він завжди під рукою. Розглянемо статистичні дані сайту flyuia.com.

Таблиця 4

Найбільш відвідувані сайти у категорії «Подорожі повітрям» в Україні

№	Веб-сайт	Категорія	Кількість відвідувачів за місяць, осіб	Відвідування через ПК, %	Відвідування через мобільний телефон, %
1	flyuia.com	Подорожі та туризм > Подорожі повітрям	548 064	50.01	49.99
2	wizzair.com		472 913	65.11	34.89
3	ryanair.com		461 820	65.83	34.17
4	kbp.aero		403 066	31.14	68.86
5	avianews.com		377 473	21.19	78.81

Складено за матеріалами: [4]

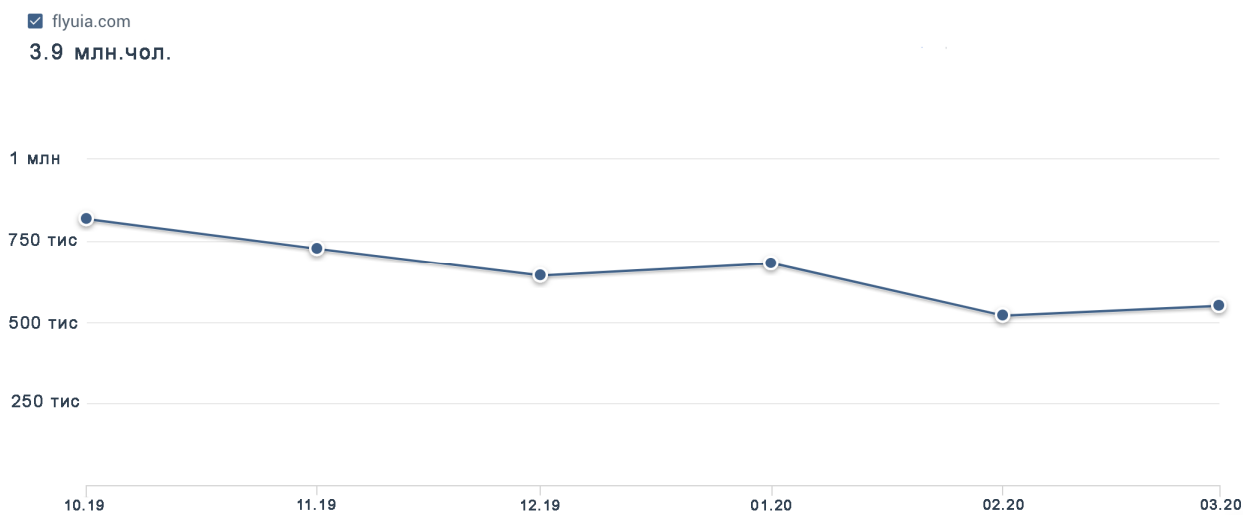


Рис. 3. Кількість відвідувань сайту flyuia.com у період з 10.2019 по 03.2020 рр. в Україні [4]

Кількість відвідувань за шість місяців – 3,9 млн осіб. Спади та підйоми у графіку обумовлені сезонністю, а зростання у березні – повернення наших співвітчизників додому із закордону в період пандемії. З рис. 4 бачимо, що понад 80% трафіку приходить на прямий та органічний

пошук, а отже користувачі знають, що хочуть придбати квитки саме через ці авіалінії. Відсоток платного пошуку та медійної реклами дуже низький. Це означає, що компанія майже не потребує платної реклами, оскільки і так користується великою популярністю.

Джерела трафіку

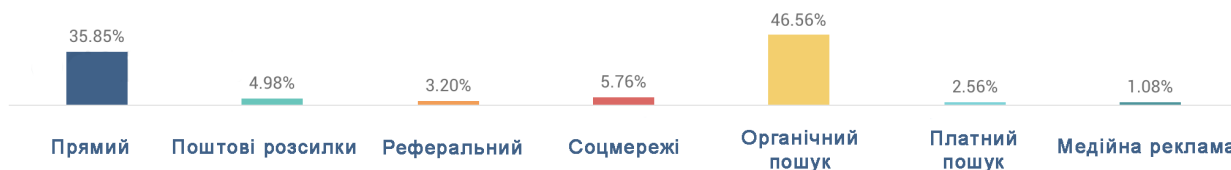


Рис. 4. Джерела трафіку сайту flyuia.com у березні 2020 р. в Україні [4]

У табл. 5 наведена статистика середньомісячної кількості завантажувальних та рейтинг додатку за весь час. Як можна побачити, кількість завантажувальних у Google Play перевищує майже в два рази кількість завантажувальних через AppStore. Але користувачі додатку на ОС IOS більш задоволені додатком. Серед причин, які змусили користувачів поставити доволі низьку оцінку, можна виділити:

- неможливість користування електронним квитком;
- неможливість зберегти дані карти лояльності;
- технічні несправності у меню додатку.

Якщо FlyUIA зверне увагу на ці зауваження та виправить їх, то є можливість у майбутньому збільшити кількість задоволених користувачів.

Таблиця 5

Статистика мобільного додатку FlyUIA - Ukraine International Airlines у магазинах AppStore та Google Play в Україні станом на березень 2020 р.

	Середньомісячна кількість завантажувальних, тис.	Рейтинг за весь час
AppStore	9.7	4.5
Google Play	20.5	4.0

Складено за матеріалами: [4]

Для порівняння вітчизняного та світового досвіду в категорії «Подорожі повітрям» ми обрали сайт найбільш популярної в Європі бюджетної авіакомпанії Ryanair. Як бачимо з табл. 6, Flyuia.com серед способів залучення користувачів роблять акцент на пошукову рекламу, соцмережі та поштової розсилки.

Ryanair.com у свою чергу має більш впізнаваний бренд та отримує майже 50% трафіку з прямого каналу, що дозволяє майже не витрачати бюджет на просування у соцмережах та медійну рекламу. Великий відсоток також займає й пошукова реклама, яка, на думку компанії, приносить більше користі для залучення клієнтів.

Таблиця 6

Порівняльна статистика сайтів у категорії «Подорожі повітрям» в Україні та світі у березні 2020 р.

	Ryanair.com у світі	Flyuia.com в Україні
Кількість відвідувань за березень 2020 року, осіб	35 050 000	548 064
Прямий трафік, %	48.51	35.88
Реферальний трафік, %	5.39	3.20
Пошуковий трафік, %	42.50	49.12
Соцмережі, %	1.12	5.76
Поштової розсилки, %	2.44	4.98
Медійна реклама, %	0.04	1.08

Складено за матеріалами: [4]

В табл. 7 наведено п'ять найбільш популярних сайтів у категорії «Подорожі наземним транспортом» в Україні. Blablacar.com.ua – це онлайн-платформа для пошуку автомобільних попутників, busfor.ua – сайт з продажу міжміських та міжнародних

автобусних квитків, tickets.ua – туристичне онлайн-агентство, яке надає послуги щодо покупки авіабілетів, квитків на автобус та залізницю та оренді автомобілів, proizd.ua і poizdato.net – сервіси з покупки залізничних квитків.

Таблиця 7

Найбільш відвідувані сайти у категорії «Подорожі наземним транспортом» в Україні

№	Веб-сайт	Категорія	Кількість відвідувачів за місяць, осіб	Відвідування через ПК, %	Відвідування через мобільний телефон, %
1	blablacar.com.ua	Подорожі та туризм > Подорожі наземним транспортом	2 240 000	22.64	77.36
2	busfor.ua		895 766	25.08	74.92
3	tickets.ua		822 939	32.11	67.89
4	proizd.ua		469 092	26.79	73.21
5	poizdato.net		350 104	14.71	85.29

Складено за матеріалами: [4]

У березні 2020 р. найпопулярнішим сайтом був blablacar.com.ua. На наш погляд, це може бути викликано тим, що через пандемію сполучення між містами було закрито, а регулярні перевезення відмінено. Кількість відвідувань через мобільний телефон майже в 3 рази перевищує

кількість відвідувань через ПК, оскільки сервіс має дуже зручний мобільний додаток.

Рис. 5 доводить наше припущення щодо популярності пересування у якості автомобільного попутника у березні, оскільки кількість відвідувачів у лютому становила майже на один

мільйон користувачів менше. Спад у січні може бути обумовлений тим, що велика кількість людей подорожують Україною або закордон за квитками, які вони придбали заздалегідь, або навпаки – проводять новорічні свята вдома, не виїжджаючи зі свого міста.

Майже 85% трафіку – це прямий та органічний пошук, оскільки blablacar.com.ua – найбільш популярний сервіс серед жителів України (див. рис.6). Платний пошук та медійна реклама займають менше 5%, тому що компанії не потребують додаткових джерел трафіку.

blablacar.com.ua

10.4 млн.чол.

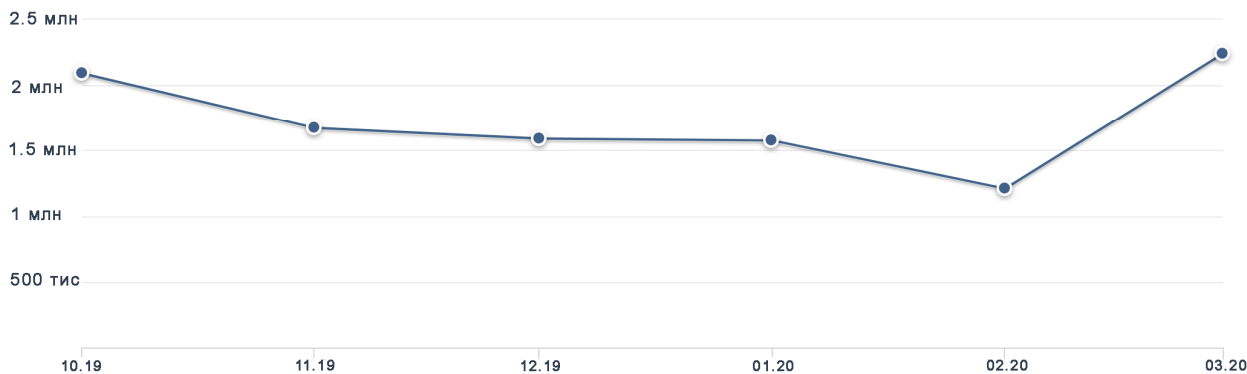


Рис. 5. Кількість відвідувань сайту blablacar.com.ua у період з 10.2019 по 03.2020 рр. в Україні [4]

Джерела трафіку



Рис. 6. Джерела трафіку сайту blablacar.com.ua у березні 2020 р. в Україні [4]

Таблиця 8

Статистика мобільного додатку BlaBlaCar: Carpooling у магазинах AppStore та Google Play в Україні станом на березень 2020 р.

	Середньомісячна кількість завантажуваль, тис.	Рейтинг за весь час
AppStore	83.1	4.4
Google Play	137.9	4.6

Складено за матеріалами: [4]

Різниця середньомісячної кількості завантажуваль мобільного додатку BlaBlaCar: Carpooling у магазинах AppStore та Google Play становить трохи більше 50 тис. У порівнянні з іншими категоріями різниця між двома ОС в цьому випадку менше, ніж в два рази (див. табл. 8). Рейтинг в обох магазинах майже однаковий, але не є дуже високим з низки причин:

- водії на маршруті часто запізнюються;
- велика кількість шахраїв, які намагаються отримати гроші через цей додаток;
- після оновлення версії стало важче обрати подорож, яка підходить користувачеві.

Якщо компанія почне відстежувати та перевіряти водіїв більш ретельно та налаштує процес вибору подорожі, це допоможе підвищити рейтинг додатку.

Порівняємо найпопулярніший за версією компанії SimilarWeb Ltd (SimilarWeb Ltd використовує технології обробки великих даних для збору, вимірювання, аналізу та надання даних про поведінкові моделі та статистику залученості користувачів веб-сайтів і мобільних додатків) сайт в категорії «Подорожі наземним транспортом» у світі – Bahn.de, та в Україні – Blablacar.com.ua (табл. 9). Останній активніше

використовує інструменти інтернет-маркетингу, а саме: соцмережі, поштові розсилки та медійну рекламу для залучення користувачів на сайт. Але

у компанії Bahn.de знання бренду вище, оскільки більше 50% трафіку надходить з прямого каналу.

Таблиця 9

Порівняльна статистика сайтів у категорії «Подорожі наземним транспортом» в Україні та світі у березні 2020 р.

	Bahn.de у світі	Blablacar.com.ua в Україні
Кількість відвідувань за березень 2020 року, осіб	22 470 000	2 240 000
Прямий трафік, %	55.46	35.91
Реферальний трафік, %	4.97	5.13
Пошуковий трафік, %	35.99	53.93
Соцмережі, %	1.47	2.28
Поштові розсилки, %	0.79	2.72
Медійна реклама, %	1.32	0.04

Складено за матеріалами: [4]

До категорії «Туристичні пам'ятки» відносяться сайти, на яких можна знайти екскурсійні тури та придбати вхідні квитки у багатьох країнах світу. Насамперед це getyourguide.com та viator.com. Також розглянемо вузькоспеціалізовані сайти, на яких можна дізнатися інформацію та придбати

квитки на до певної туристичної атракції, такі як portaventuraworld.com – парк розваг у Іспанії, disneylandparis.com – парк розваг у Франції та edinburghzoo.org.uk – зоопарк у Шотландії. Найбільш популярний сайт для українців – це getyourguide.com з зручним інтерфейсом для мобільної версії.

Таблиця 10

Найбільш відвідувані сайти у категорії «Туристичні пам'ятки» в Україні

№	Веб-сайт	Категорія	Кількість відвідувачів за місяць, чол.	Відвідування через ПК, %	Відвідування через мобільний телефон, %
1	getyourguide.com	Подорожі та туризм > Туристичні пам'ятки	10 454	27.14	72.86
2	viator.com		< 5000	54.13	45.87
3	portaventuraworld.com		< 5000	56.96	43.03
4	disneylandparis.com		< 5000	44.48	55.52
5	edinburghzoo.org.uk		< 5000	55.07	44.93

Складено за матеріалами: [4]

За період з жовтня 2019 по березень 2020 рр. сайт відвідало близько 80 тис. осіб (рис. 7). Підйоми у графіку залежать насамперед від

сезонності, а різкий спад у лютому зумовлений нестабільною ситуацією у світі та припиненням відвідувань місць масового скупчення людей.

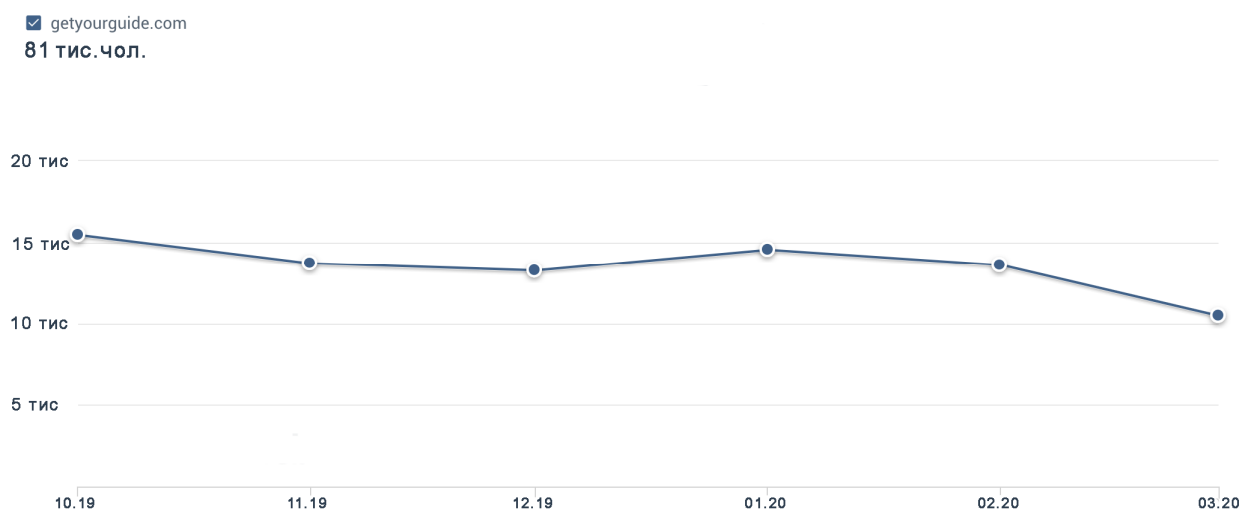


Рис. 7. Кількість відвідувань сайту getyourguide.com у період з 10.2019 по 03.2020 року в Україні [4]

З рис. 8 можемо спостерігати, що майже весь відсоток трафіку розподілився між трьома джерелами: органічним, платним пошуком та прямим трафіком. Це означає, що сайт доволі популярний серед користувачів в Україні, але компанія використовує також платну рекламу для залучення користувачів.

На відміну від попередніх категорій, середньомісячна кількість завантажувальних

мобільного додатку GetYourGuide: Activity tickets & sightseeing tours в AppStore перевищують середньомісячну кількість завантажувальних у Google Play (Табл. 11). Але рейтинг у магазині AppStore набагато менший ніж, у магазині Google Play. Серед проблем, на які користувачі звернули увагу: відсутність електронного квитку у додатку та надто повільний сервіс, через який квиток надходить не одразу, а через декілька днів.

Джерела трафіку

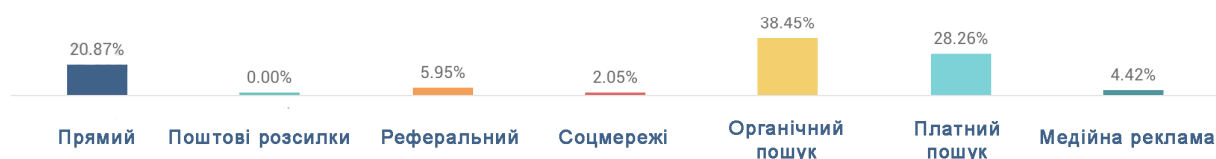


Рис. 8. Джерела трафіку сайту *getyourguide.com* у березні 2020 р. в Україні [4]

Таблиця 11

Статистика мобільного додатку GetYourGuide: Activity tickets & sightseeing tours у магазинах AppStore та Google Play в Україні станом на березень 2020 р.

	Середньомісячна кількість завантажувальних, од.	Рейтинг за весь час
AppStore	840.9	4.1
Google Play	586.1	4.6

Складено за матеріалами: [4]

У табл. 12 можна побачити статистичні дані найбільш популярних сайтів у категорії «Туристичні пам'ятки»: Viator.com у світі та Getyourguide.com в Україні. Розподіл трафіку в обох компаніях майже однаковий, але до стратегії Viator.com входить використання поштових розсилок як основного інструменту інтернет-маркетингу для підвищення продажів, а Getyourguide.com робить акцент на соцмережах та медійній рекламі для підвищення впізнаваності бренду й залучення нових клієнтів.

Проаналізувавши статистичні дані, ми дійшли висновку, що інформаційні технології в Україні використовуються на достатньому рівні, але для подальшого покращення розвитку туристичних підприємств потрібно:

- для збільшення відвідуваності сайтів і, як результат, підвищення ступеня привабливості й впізнаваності брендів, регулярно повинні публікуватися пости у соціальних мережах про останні новини, актуальні пропозиції та знижки;
- налаштовувати поштову розсилку, оскільки це є дешевим та ефективним способом підвищення продажів;
- більше використовувати медійну рекламу для привернення уваги до бренду та залучення клієнтів на сайт;
- постійно удосконалювати сервіс у мобільних додатках та видаляти технічні помилки.

Таблиця 12

Порівняльна статистика сайтів у категорії «Туристичні пам'ятки» в Україні та світі у березні 2020 року

	Viator.com у світі	Getyourguide.com в Україні
Кількість відвідувань за березень 2020 року, осіб	4 630 000	81 000
Прямий трафік, %	30.04	20.87
Реферальний трафік, %	4.69	5.95
Пошуковий трафік, %	58.70	64.71
Соцмережі, %	1.44	2.05
Поштові розсилки, %	1.95	0.00
Медійна реклама, %	3.18	4.42

Складено за матеріалами: [4]

Отже у сьогоднішніх економічних умовах жорсткої конкуренції і ринкової економіки жодне успішне туристичне підприємство не може повноцінно розвиватися й ефективно просуватися без сучасних інформаційних технологій. Результатом впровадження новітніх комп'ютерних технологій стають нові можливості в сфері управління і сервісу. Українські

туристичні підприємства усе більше усвідомлюють необхідність їх використання у своїй роботі. Таким чином, активно використовуючи переваги інформаційних систем і технологій та впроваджуючи їх у діяльність підприємств туристичної галузі, можна забезпечити значне підвищення рівня розвитку туристичної сфери загалом.

MODERN TRENDS AND PROSPECTS FOR THE INTRODUCTION OF INFORMATION TECHNOLOGIES IN THE UKRAINIAN TOURISM INDUSTRY

Hanna Haponenko, PhD (Economics), Associate Professor, V. N. Karazin Kharkiv National University, Svobody sq., 6, Kharkiv, Ukraine, 61022, e-mail: a.i.gaponenko@karazin.ua; ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-8998-4795>

Nadiia Shulha, student, V. N. Karazin Kharkiv National University, Svobody sq., 6, Kharkiv, Ukraine, 61022, e-mail: nadia.shulga23@gmail.com ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-7135-5170>

Information technology greatly simplifies the process of forming a tourist product using computer networks, international reservation systems, electronic databases of tourism regulations, automated systems of settlement payments and etc. The impact of information technology on tourism is carried out by the following ways: increasing the efficiency of enterprise management, improving the quality of customer services, creating and implementing new services. The subject of the research is the introduction of information technology in the Ukrainian tourism industry. The purpose of the article is to identify trends and outline the definite prospects of using modern information technology in the tourism industry. The following research methods are used in the article: analysis and synthesis to closer define the essence of information technology; observation and theoretical generalizations to reveal the characteristics of introduction of information technology in the activity of enterprises in the tourism industry; statistical method to analyze the current condition of information technology in the tourism industry; graphical and tabular techniques to determine the relationship between indicators, their illustrations and the presentation of research results. The results we have obtained are following. The most popular websites in Ukraine in the categories "Accommodation and Hotels", "Air Travel" "Ground Transportation" and "Tourist Attractions" are booking.com, flyuia.com, blablacar.com, and getyourgiede.com. Compared to the world experience, the percentage of paid search in Ukraine is higher, it means that some companies do not have a well-developed brand. The rating in mobile apps for all companies is above 4, it is a good mark. Due to the pandemic, tourism is now in a difficult situation, it has also affected the statistics of all indicators on web resources, but the experts pay attention to the historical sustainability of tourism and its ability to cope with crises. From the comparative characteristics of web pages in four categories in Ukraine and in the world, we can conclude that in our country the brands of these companies are not enough developed, the popularity among tourists is lower, and the percentage of search traffic is also lower. To increase the website traffic and the level of awareness of tourism businesses, tourism enterprises should use social networks to provide up-to-date information to tourists and to maintain customer contact, as well as send promotions and discounts.

Keywords: information technology, travel industry, travel enterprises, website, mobile applications, direct traffic, organic traffic, paid search.

СОВРЕМЕННЫЕ ТЕНДЕНЦИИ И ПЕРСПЕКТИВЫ ВНЕДРЕНИЯ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В ТУРИСТИЧЕСКОЙ ОТРАСЛИ УКРАИНЫ

Гапоненко Анна Игоревна, канд.экон.наук, доцент, Харьковский национальный университет имени В. Н. Каразина, площадь Свободы, 6, г. Харьков, Украина, 61022, e-mail: a.i.gaponenko@karazin.ua; ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-8998-4795>

Шульга Надежда Витальевна, студентка, Харьковский национальный университет имени В. Н. Каразина, площадь Свободы, 6, г. Харьков, Украина, 61022, e-mail: nadia.shulga23@gmail.com; ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-7135-5170>

Информационные технологии значительно упрощают процедуру формирования туристического продукта с использованием компьютерных сетей, международных систем бронирования, электронных баз данных нормативно-правовых актов в туризме, автоматизированных систем взаиморасчетов и тому подобное. Влияние информационных технологий на туризм осуществляется по следующим направлениям: повышение эффективности управления предприятием, повышение качества обслуживания клиентов, создание и реализация новых услуг. Предметом исследования является внедрение информационных технологий в туристической отрасли Украины. Цель статьи состоит в выявлении тенденций и определении перспектив применения современных информационных технологий в туристической отрасли. В статье использованы следующие методы научного исследования: анализ и синтез для уточнения сущности информационных технологий; наблюдения и теоретических обобщений для раскрытия особенностей внедрения информационных технологий в деятельность предприятий туристической отрасли; статистический – для анализа современного состояния информационных технологий в индустрии туризма; графические и табличные приемы – для определения взаимосвязи между показателями, их иллюстрации и представления результатов исследования. Получены следующие результаты. Наиболее популярными сайтами в Украине в категориях «Размещение». «Путешествия по воздуху», «Путешествия наземным транспортом» и «Достопримечательности» оказались сайты: booking.com, flyuia.com, blablacar.com.ua и getyourgiede.com. По сравнению с мировым опытом, процент платного поиска в Украине выше, а это значит, что некоторые компании имеют не достаточно развитый бренд. Оценка в мобильных приложениях у всех компаний выше 4, что является достаточно высоким показателем. Из-за пандемии туризм сейчас находится в тяжелой ситуации, что также повлияло на статистику всех показателей на веб-ресурсах, но эксперты обращают внимание на историческую устойчивость туризма и его способность выхода из кризисных ситуаций. Из сравнительной характеристики веб-страниц в четырех категориях в Украине и мире можно сделать выводы, что в нашей стране бренды этих компаний развиты на недостаточном уровне, уровень популярности среди туристов ниже, процент поискового трафика также ниже. Для повышения посещаемости сайта, уровня узнаваемости туристическим предприятиям следует использовать соцсети для предоставления актуальной информации туристам и для поддержки связи с клиентами, а также передавать почтовые рассылки с акциями и скидками.

Ключевые слова: информационные технологии, туристическая отрасль, туристические предприятия, веб-сайт, мобильные приложения, прямой трафик, органический трафик, платный поиск.

References

1. Babenko V. O. (2016). Informatsiyne zabezpechennya optimizatsii upravlinnya innovatsiynoyu diyal'nistyuu pidpriyemstv Ukraïni [Information support of optimization of management of innovative activity of the enterprises of Ukraine]. *Energoberezhennye. Energetika. Energoaudit*, 11 (154), pp. 45-54. (in Ukrainian)
2. Chto takoe orhanycheskyi trafyk y zACHEM ON VAM [What is organic traffic and why do you need it] Available at: <https://webrost.ru/blog/chto-takoe-organicheskiy-trafik-i-zachem-on-vam/> (in Russian)
3. Haponenko H., Vasylenko V. (2019) Prospects for the use of blockchain technology in the tourism industry. *The Journal of V.N. Karazin Kharkiv National University Series "International Relations. Economics. Country Studies. Tourism"*, 10, 193-199 doi: 10.26565/2310-9513-2019-10-20
4. Website Traffic Statistics & Market Intelligence Available at: <https://www.similarweb.com/>

Література

1. Бабенко В.О. Інформаційне забезпечення оптимізації управління інноваційною діяльністю підприємств України. *Енергосбереження. Енергетика. Енергоаудит*. 2016. № 11 (154). С. 45-54.
2. Что такое органический трафик и зачем он Вам. URL: <https://webrost.ru/blog/chto-takoe-organicheskiy-trafik-i-zachem-on-vam/>
3. Haponenko H., Vasylenko V. Prospects for the use of blockchain technology in the tourism industry. *The Journal of V.N. Karazin Kharkiv National University Series "International Relations. Economics. Country Studies. Tourism"*. 2019. № 10. P. 193-199 doi: 10.26565/2310-9513-2019-10-20
4. Website Traffic Statistics & Market Intelligence. URL: <https://www.similarweb.com/>