

ДОСВІД ЗАСТОСУВАННЯ ІНФОРМАЦІЙНО-КОМУНІКАТИВНИХ ТЕХНОЛОГІЙ У ПРОВІДНИХ ТУРИСТИЧНИХ КРАЇНАХ СВІТУ

Назарій ЖУКОВ

Тернопільський національний педагогічний університет імені Володимира Гнатюка
Тернопіль, Україна

Abstract. *The paper analyzes the experience of implementing information and communication technologies in the tourism sector of leading countries in the world (Spain, Japan, UAE, France). It examines digitalization strategies, innovative solutions (IoT, AI, blockchain, mobile services) and the role of the state and business in the development of smart tourism. It highlights common features of digital transformation and the possibilities of adapting this experience in Ukraine.*

Key words: *digital tourism, smart destinations, information and communication technologies, tourism innovations.*

У сучасному глобальному світі цифрова трансформація стала необхідною умовою конкурентоспроможності туристичної галузі. Країни-лідери у сфері цифрового туризму створюють інноваційні екосистеми, що охоплюють весь життєвий цикл туристичного продукту – від пошуку інформації та планування подорожі до отримання вражень на місці та після повернення. Цифровізація не лише покращує досвід туристів, але й оптимізує управління туристичними потоками, підвищує ефективність бізнесу та сприяє сталому розвитку дестинацій. Розглянемо досвід провідних країн у цій сфері та виявимо ключові тенденції, які формують майбутнє туристичної індустрії [4].

Порівняльний аналіз країн із високим рівнем цифровізації туризму – таких як Іспанія, Японія, Об'єднані Арабські Емірати (ОАЕ) та Франція – дозволяє виокремити загальні тенденції, кращі практики та інноваційні рішення, які можуть бути адаптовані до умов інших країн, зокрема й України в майбутньому. Ці держави, попри свої географічні, культурні та економічні відмінності, демонструють стратегічний підхід до цифрової трансформації туристичного сектора, поєднуючи інфраструктурний розвиток, технологічні інновації та державне управління.

Іспанія: європейський лідер smart-туризму. Іспанія є визнаним лідером цифрового туризму в Європі. Уряд країни реалізував комплексну стратегію Spain Smart Tourist Destinations, яка спрямована на цифровізацію туристичних дестинацій шляхом впровадження IoT (інтернету речей), відкритих даних, цифрових гідів, мобільних застосунків і smart-інфраструктури. Багато міст, зокрема Барселона, Валенсія та Малага, запровадили електронні карти туриста, доповнену реальність для музеїв та інтерактивні вуличні інформаційні системи [1]. Іспанія активно розвиває державні сервіси в онлайн-просторі, підтримує стартапи в галузі туризму й тісно співпрацює з приватним сектором.

Японія: гармонія традицій і технологій. Японія робить ставку на поєднання традиційної культури з новітніми технологіями. У країні активно використовуються роботи-гіди, штучний інтелект у системах рекомендацій, автоматизовані готелі (зокрема концепція Henn-na Hotel), а також віртуальні тури. Особливий акцент робиться на штучному інтелекті й мовних технологіях – туристи можуть отримати інформацію у зручній формі, незалежно від мови. Після пандемії COVID-19 Японія активно впроваджує безконтактні сервіси, такі як автоматизовані системи поселення, цифрові сертифікати вакцинації, онлайн-букінг без участі персоналу. Також на рівні уряду підтримуються цифрові карти та гейміфіковані мобільні додатки, які підвищують залученість туристів.

ОАЕ: інвестиційна модель цифрового туризму. ОАЕ (зокрема, Дубай) демонструє зразковий приклад цифрового туризму в умовах високих інвестицій у технології. Дубай позиціонує себе як "Smart Tourism City", активно впроваджуючи блокчейн у туристичні транзакції, штучний інтелект у сервісах бронювання та аналітику великих даних для прогнозування туристичних потоків. Створено єдину державну платформу Dubai Tourism, де зібрані всі сервіси: бронювання, інфоцентри, календар подій, інтерактивні карти, віртуальні

екскурсії. Особлива увага приділяється цифровій ідентифікації, інтеграції туризму з іншими сферами (транспорт, охорона здоров'я) та сталому розвитку через smart-рішення. Влада активно просуває використання доповненої реальності для промоції культурних та історичних об'єктів.

Франція: баланс культурної спадщини та інновацій. Франція – одна з найвідвідуваніших країн світу – розвиває цифровий туризм через державно-приватне партнерство. У країні активно використовуються національні туристичні цифрові платформи (наприклад, France.fr), розвинена система цифрової навігації в музеях та на культурних об'єктах (особливо в Луврі, Версалі, Д'Орсе), а також мобільні застосунки з розширеною інформацією про гастрономічні маршрути, винні тури тощо. Франція також просуває сталі цифрові рішення, спрямовані на зменшення впливу туризму на довкілля (наприклад, інтеграція цифрових інструментів із зеленим транспортом, онлайн-бронювання екотурів тощо). Значну увагу приділено безпеці даних і адаптації до вимог GDPR, що підвищує довіру туристів до цифрових сервісів.

Усі ці країни мають спільні риси: наявність стратегій цифрового туризму, інтеграція ІКТ у всі етапи взаємодії з туристом, активна участь держави у розвитку цифрової інфраструктури, співпраця з приватним бізнесом і впровадження smart-рішень на місцевому рівні.

Попри відмінності в акцентах та обраних технологічних рішеннях, зумовлених національними особливостями та стратегічними цілями, спостерігається чітка тенденція до активної державної підтримки, інтеграції інноваційних технологій та налагодження тісної співпраці між державним сектором і бізнесом. Іспанія робить ставку на створення "розумних" туристичних дестинацій, використовуючи IoT, відкриті дані та підтримуючи стартапи в галузі. Японія поєднує традиції з технологіями, впроваджуючи роботів-гідів, автоматизовані готелі та безконтактні сервіси. ОАЕ (Дубай) позиціонує себе як «розумне місто», активно використовуючи блокчейн, штучний інтелект та аналітику великих даних для розвитку туристичної платформи. Франція ж відзначається державно-приватним партнерством, створюючи національні цифрові платформи, впроваджуючи цифрову навігацію в музеях та розробляючи сталі цифрові рішення [3]. Таким чином, спільним знаменником для цих країн є розуміння ключової ролі цифровізації у підвищенні конкурентоздатності туристичної галузі, покращенні досвіду туристів та забезпеченні сталого розвитку туризму в довгостроковій перспективі. Разом з тим, кожна країна формує власну унікальну модель цифрової трансформації, залежно від культурних особливостей, рівня технологічного розвитку та економічних пріоритетів.

Державні програми розвитку «розумного туризму» (smart tourism) є ключовим інструментом цифрової трансформації туристичної галузі у багатьох країнах світу. Ці програми мають комплексний характер і спрямовані на впровадження інноваційних інформаційно-комунікативних технологій (ІКТ) для підвищення ефективності туристичних послуг, забезпечення сталого розвитку, покращення досвіду туристів і оптимізації управління туристичними потоками. Концепція smart tourism базується на трьох основних компонентах:

- технологічна інфраструктура;
- інтелектуальне управління (аналітика даних, автоматизація, AI);
- орієнтація на потреби туриста.

Однією з найвідоміших програм є вищезгадана ініціатива *Smart Tourist Destinations* в Іспанії, яку координує державна організація SEGITTUR під егідою Міністерства промисловості, торгівлі та туризму. Програма передбачає цифрову модернізацію туристичних дестинацій шляхом впровадження відкритих даних, цифрових платформ, мобільних додатків, автоматизованих інформаційних систем і екологічно сталих технологій. В рамках цієї ініціативи міста отримують статус «розумної туристичної дестинації», що стимулює їхню інноваційну активність і залучення інвестицій.

У Європейському Союзі реалізується програма *European Capital of Smart Tourism*, яка щорічно відзначає міста, що досягли значних успіхів у цифровізації туризму, доступності, сталості й культурній спадщині [2]. Мета програми — просування найкращих практик між

країнами-членами та підтримка створення цифрово орієнтованих екосистем у сфері туризму. Фінансування проєктів здійснюється через програми Horizon Europe, COSME, а також Європейський фонд регіонального розвитку.

В Південній Кореї уряд розробив ініціативу *Smart Tourism Cities*, яка передбачає створення віртуальної туристичної інфраструктури в містах, що поєднує штучний інтелект, доповнену реальність, геоаналітику, IoT-системи, а також розумні транспортні рішення. За прикладом Сеула було впроваджено мобільні гіді, автоматизовані довідники, цифрові туристичні картки, а також системи онлайн-зворотного зв'язку з туристами в реальному часі. Уряд підтримує цифрові стартапи в туризмі через грантові програми та пільгове кредитування.

В ОАЕ, особливо в Дубаї, активно розвивається державна стратегія *Smart Dubai*, в рамках якої туризм є одним із пріоритетних напрямів. Створено єдину державну платформу Dubai Tourism, впроваджуються сервіси на базі блокчейн-технологій, розроблено програму цифрової ідентичності туристів, які отримують доступ до послуг без паперової документації. Дубай також підтримує запуск цифрових гідів, 3D-карт міст, систем прогнозування туристичних потоків, що дозволяє управляти інфраструктурою більш ефективно.

У Франції розроблено кілька національних стратегій, що підтримують цифровізацію туризму в межах ширших програм, таких як *Plan Destination France* та «*France Num*». Ці ініціативи спрямовані на цифрову трансформацію малого й середнього бізнесу в сфері туризму, розвиток цифрової грамотності, створення єдиних туристичних баз даних, мобільних сервісів і відкритих платформ, що підвищують прозорість і конкурентоспроможність французького туристичного ринку.

Ці державні програми спільні у своїй орієнтації на інтеграцію новітніх ІКТ, підвищення якості обслуговування, спрощення взаємодії між туристом і сервісами, а також стимулювання інноваційного підприємництва. Успіх їх реалізації залежить не лише від технічної підтримки, а й від політичної волі, нормативного забезпечення, участі місцевих громад і постійного моніторингу ефективності.

Упровадження інноваційних інформаційно-комунікативних технологій у сферу туризму неможливе без ефективної співпраці між державою, бізнесом і науковими установами. Така тристороння взаємодія формує основу для сталого розвитку цифрового туризму, забезпечує науково обґрунтоване прийняття рішень, впровадження передових технологій, розвиток інфраструктури та підвищення конкурентоспроможності туристичної галузі.

Держава у цьому процесі відіграє регуляторну, координаційну й інвестиційну роль. Вона створює нормативно-правову базу, формує національні та регіональні стратегії цифровізації, забезпечує розвиток цифрової інфраструктури, а також ініціює грантові програми та податкові стимули для туристичних підприємств. Наприклад, у багатьох країнах (зокрема в ЄС, Південній Кореї, ОАЕ) діють державні програми з підтримки smart-туризму, які фінансують впровадження ІКТ в готелях, музеях, транспортних мережах, а також підтримують цифрові стартапи.

Ключові функції держави:

1. Розробка нормативно-правової бази для цифрового туризму;
2. Формування національних цифрових стратегій;
3. Інвестування в базову цифрову інфраструктуру;
4. Створення механізмів стимулювання інновацій;
5. Забезпечення інформаційної безпеки та захисту персональних даних туристів;
6. Координація зусиль різних зацікавлених сторін.

Бізнес, у свою чергу, є рушієм технологічного впровадження. Саме приватні компанії – туристичні оператори, готелі, платформи онлайн-бронювання, IT-компанії – найшвидше реагують на зміни ринку та запити споживачів. Вони розробляють та впроваджують мобільні застосунки, CRM-системи, сервіси віртуальної та доповненої реальності, платформи для електронного бронювання, а також персоналізовані системи рекомендацій. Проте для ефективної реалізації таких проєктів бізнес потребує сприяння з боку держави та доступу до актуальних наукових розробок.

Ключові внески бізнесу:

1. Розробка і впровадження інноваційних цифрових продуктів;
2. Інвестування в технологічну модернізацію туристичних об'єктів;
3. Створення нових бізнес-моделей у цифровому середовищі;
4. Формування стандартів якості цифрових послуг;
5. Адаптація глобальних технологічних трендів до локальних умов;
6. Комерціалізація інноваційних рішень.

Наукові установи та університети забезпечують аналітичну, методологічну й інноваційну підтримку процесів цифровізації. Вони проводять дослідження щодо поведінки туристів у цифровому середовищі, ефективності цифрових рішень, проблем кібербезпеки та етики у сфері ІКТ. Також навчальні заклади є важливими партнерами у підготовці кадрів нової генерації — фахівців, які поєднують знання у сфері туризму, маркетингу, ІТ та комунікацій. Участь науковців у створенні цифрових туристичних продуктів підвищує їхню якість та відповідність міжнародним стандартам.

Основні завдання наукових установ:

1. Проведення фундаментальних і прикладних досліджень у сфері цифрового туризму;
2. Аналіз ефективності цифрових рішень та їх впливу на туристичну галузь;
3. Підготовка міждисциплінарних фахівців для індустрії цифрового туризму;
4. Розробка методологій оцінки цифрової зрілості туристичних дестинацій;
5. Вивчення поведінкових патернів "цифрових туристів";
6. Створення прототипів інноваційних рішень для подальшої комерціалізації.

Прикладом успішної взаємодії всіх трьох секторів є *публічно-приватні партнерства*, в рамках яких реалізуються спільні проєкти з цифровізації туристичних маршрутів, розробки смарт-карт міст, аналітики туристичних потоків, управління туристичною інформацією в реальному часі. У ЄС така співпраця часто координується через регіональні інноваційні кластери, у Японії – через технологічні інкубатори, у Франції – через національні програми цифрового переходу.

Приклади ефективних механізмів взаємодії:

1. Інноваційні туристичні кластери та хаби;
2. Спільні науково-дослідні проєкти;
3. Технологічні інкубатори з фокусом на туризм;
4. Галузеві консорціуми та асоціації;
5. Цифрові лабораторії та тестові майданчики;
6. Центри трансферу технологій у сфері туризму.

Отже, синергія зусиль держави, бізнесу та наукової спільноти є критично важливою умовою успішного впровадження інноваційних ІКТ у туризм. Вона дозволяє поєднувати стратегічне бачення, практичну реалізацію та наукове підґрунтя, створюючи передумови для динамічного, сталого та конкурентоспроможного розвитку цифрової туристичної інфраструктури.

Такий інтегрований підхід забезпечує комплексний розвиток цифрової екосистеми туризму, дозволяє ефективно розподіляти ресурси та відповідальність, а також формує стійку основу для впровадження найсучасніших технологічних рішень, що відповідають як глобальним трендам, так і локальним потребам туристичної галузі.

Список використаних джерел:

1. Baidal J. I. Spanish smart tourism destinations: final considerations and future lines of work. *The spanish model for smart tourism destination management*. 2024. P. 297–307.
2. Leading examples of smart tourism practices in europe. 2022. 89 p. URL: https://smart-tourism-capital.ec.europa.eu/system/files/2022-05/Best%20Practice%20Report_2022_Update.pdf (date of access: 02.05.2025).
3. Nuria A. G. Digitalisation and rural tourism development in Europe. *Tourism & Management Studies*. 2024. No. 20. P. 30–44.
4. Нікітенко К. С. Цифровізація як нова парадигма управління розвитком туризму. *Таврійський науковий вісник. серія: економіка*. 2024. № 20. С. 314–320.