

ІНВЕСТИЦІЙНО-ІННОВАЦІЙНА ДІЯЛЬНІСТЬ

УДК 379.25:477.25

DOI: <https://doi.org/10.32782/2415-8801/2019-5.22>

Вишневецький В.І.

доктор географічних наук,
професор кафедри міжнародного туризму та країнознавства,
Національний авіаційний університет

Тараненко А.П.

експерт з туризму,
Київська туристична асоціація

ІННОВАЦІЇ В ТУРИСТИЧНІЙ СФЕРІ КИЄВА ТА ЇХ ЕФЕКТИВНІСТЬ

У статті наведено відомості про інновації та їх ефективність у туристичній сфері Києва. Зазначено, що найдешевшим і водночас досить ефективним шляхом збільшення туристичних потоків у місто є його належна промоція. Наведено перелік заходів, вжиття яких відбувається у відповідній сфері. Зокрема такими є створення належних інформаційних ресурсів, участь у міжнародних туристичних виставках, просування бренду міста, блогерство, активність у соціальних мережах. Показано позитивну динаміку туристичних прибуттів до Києва. Зазначено, що найбільше туристів прибуває з п'яти країн, а саме Білорусі, Ізраїлю, США, Росії та Німеччини. Швидко зростає кількість туристів із Польщі, Китаю та Індії. Наведено дані щодо обсягу авіап перевезень аеропортами Києва. У 2018 р. кількість пасажирів, які були перевезені київськими аеропортами, сягнула 15 млн, а у 2019 р. вона має досягти 18 млн. Виконано оцінювання коштів, які надходять від туризму в бюджет міста. Загальний обсяг коштів, який приносить туризм у місто, становить приблизно 2 млрд. дол. США.

Ключові слова: інновації, туризм, Київ, промоція, кількість туристів, кошти.

ІННОВАЦИИ В ТУРИСТИЧЕСКОЙ СФЕРЕ КИЕВА И ИХ ЭФФЕКТИВНОСТЬ

Вишневецький В.І., Тараненко А.П.

В статье приведены сведения об инновациях и их эффективности в туристической сфере Киева. Отмечено, что наиболее дешевым и одновременно достаточно эффективным путем увеличения туристических потоков в город является его надлежащая промоция. Приведен перечень мер, принятие которых происходит в соответствующей сфере. В частности, таковыми являются создание надлежащих информационных ресурсов, участие в международных туристических выставках, продвижение бренда города, блогерство, активность в социальных сетях. Показана положительная динамика туристических прибытий в Киев. Определено, что больше всего туристов прибывает из пяти стран, а именно Беларуси, Израиля, США, России и Германии. Быстро растет количество туристов из Польши, Китая и Индии. Приведены данные об объеме авиап перевезок аеропортами Киева. В 2018 г. количество пассажиров, перевезенных киевскими аеропортами, достигло 15 млн., а в 2019 г. оно должно достичь 18 млн. Выполнено оценивание средств, поступающих от туризма в бюджет города. Общий объем средств, который приносит туризм в город, составляет примерно 2 млрд. долл. США.

Ключевые слова: инновации, туризм, Киев, промоция, количество туристов, средства.

INNOVATIONS IN THE TOURIST SPHERE OF KYIV AND THEIR EFFICIENCY

Vyshnevskiy Viktor, Taranenko Anton

The relevance of the article consists in the essential role of innovations and information technologies in the tourism sphere. This activity has the essential impact on the touristic arrivals and on the total amount of money, which brings tourism to budget of Kyiv. The objective of the article is to highlight the role of innovations and information technologies in the tourism sphere of Kyiv. The content of the study is based mainly on the official data of the State Border Guard Service of Ukraine and the data of the Main Department of Statistics of Kyiv. Besides that the essential amount of data was collected as a result of questionnaire of city visitors. The information as to innovations and information technologies, existing in the tourism sphere, is given. Their list includes, first of all, reservation of accommodation, food, transportation, excursion service, etc. The mapping services are popular as well. It was defined that the main source of information about Kyiv for foreign tourists is Internet. The second most important factor is the activity of travel agents and tour operators, the third – friends and acquaintances. Therefore, the cheapest and at the same time quite effective way of increasing tourist flows to the city is its proper promotion. The list of measures, which are taken in the relevant field, is given. This activity includes the creation of adequate information resources, participation in international tourist exhibitions, promotion of city brand, blogging, activity in social networks, etc. The great importance has the existence and the emergence of new tourist resources, improvement of tourist infrastructure and other factors. The positive dynamics of tourist

arrivals to Kyiv are shown. Currently, the number of foreign tourists, visiting the Ukrainian capital, exceeds 2 million. Most of them come from five countries: Belarus, Israel, USA, Russia and Germany. The number of tourists from Poland, China and India is growing rapidly. The data as to number of aviation transportation by the airports of Kyiv, which account the majority of air transportation in the country, is given. The number of passengers, transported by Kyiv airports in 2018, reached 15 million. In 2019 it should reach 18 million. The funds, received from tourism in the city budget, have been determined. The amount of these funds consists of a tourist fee, and most importantly, the daily expenses of tourists for accommodation, food, excursion services, etc. Even by the most modest calculations, a foreign tourist in Kyiv daily spends 300–350 US dollars. It means that total amount of money, which brings tourism to the city budget, is approximately 2 billion US dollars.

Keywords: innovation, tourism, Kyiv, promotion, number of tourists, funds.

Постановка проблеми. Туризм у світі невпинно розвивається. Цьому сприяє низка чинників, до найважливіших з яких належать технічний прогрес і конкуренція. Саме завдяки технічному прогресу, зокрема поширенню інформаційних технологій (ІТ), є змога краще спланувати подорож, зробити її цікавішою та безпечнішою. Не випадково цей напрям набув значного розвитку. Те ж саме стосується різноманітних інновацій. Актуальною є також спрямованість відповідних досліджень. Важливим, зокрема, є пошук ефективних заходів, вжиття яких сприяє збільшенню туристичних потоків.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Існує чимало досягнень, які стосуються інновацій та інформаційних технологій у туризмі, зокрема в м. Києві. Нині вже неможливо уявити своє життя без Інтернету, що дає можливість отримувати найрізноманітнішу інформацію на свій комп'ютер чи мобільний телефон.

До найпоширеніших інформаційних ресурсів, які стосуються проживання, харчування, транспортного забезпечення туристів, належать "TripAdvisor", "Booking.com", "Expedia", "TripMyDream", "Aviasales", "TripSay". Кількість інформаційних послуг, які надає лише одна компанія "TripAdvisor", обчислюється мільярдами щороку. Сотнями мільйонів обчислюється кількість бронювань житла компанією "Booking.com".

Важливою в туризмі є також послуга картографічного та супутникового відображення місцевості. Відповідні можливості можна отримати завдяки додатку "Google", а саме "Google.Maps" (<https://www.google.com.ua/maps>). Подібну можливість надає ресурс "GoogleStreetView" (<https://mapstreetview.com>). Значну просторову деталізацію, насамперед у межах міст, надає програма "Mapsmе". Зручність цієї програми полягає в тому, що після завантаження детальної карти певної країни, регіону чи міста нею можна користуватися за відсутності мобільного зв'язку. Важливо, що карти цього ресурсу істотно детальніші, ніж у "Google.Maps". До програм, що корисні в екскурсійно-туристичній сфері, можна віднести "SAS.Planet".

Ці та інші досягнення в інформаційній сфері, які стосуються туризму, не минули своєю увагою науковці. Авторами відповідних праць є В.П. Гаврилов, С.П. Кузик, С.В. Мельниченко, М.М. Скопень [1–10]. Так, у роботі [4, с. 105] запропоновано поділ інформаційних ресурсів на три групи, а саме пізнавальні, допоміжні та організаційні.

Зауважимо, що публікації, присвячені інформаційним технологіям у туризмі, не встигають за їх стрімким розвитком. Крім того, можна стверджувати, що існує певна відокремленість сфери ІТ від публікацій, які її стосуються. Цьому є просте пояснення: бути користувачем послуг незрівнянно простіше, ніж їх розробником, насамперед тоді, коли йдеться про ІТ.

Основними джерелами інформації для написання статті стали офіційні дані Державної прикордонної

служби України та відомості Головного управління статистики в м. Києві. Зокрема, кількість іноземних туристів та країн-резидентів подано за даними Державної прикордонної служби України, відомості стосовно щоденних витрат отримано в результаті опитування, проведеного у 2016–2018 рр. у туристичних інфоцентрах з використанням розробленої форми анкети. Кількість опитаних осіб щороку становила понад 2 тис., загальна кількість перевищує 6 тис.

Найважливішими методами оброблення та висвітлення даних стали статистичний метод, метод порівняння, метод аналогії.

Постановка завдання. Основною метою статті є висвітлення інновацій в туристичній сфері Києва та оцінювання їх ефективності. Основними завданнями є висвітлення заходів щодо просування туристичної привабливості Києва, встановлення кількості туристичних прибуттів у місто, оцінювання коштів, які надходять від туризму в міський бюджет.

Виклад основного матеріалу дослідження. Туристична привабливість будь-якого міста й, відповідно, його відвідання туристами визначаються великою кількістю чинників, зокрема багатством на історичну та культурну спадщину, масштабними та привабливими подіями, зручним розташуванням, сприятливим кліматом, належною інфраструктурою, політичною та економічною стабільністю. Не останню роль відіграє популяризація (просування).

Аналіз наведених вище чинників свідчить про те, що чимало з них або незалежні від людини (розташування, клімат), або є результатом процесів, на які вплинути неможливо чи дуже складно. У цьому разі найбільш реальною, зокрема з огляду на економічний чинник, є популяризація. Завдяки належному просуванню певного туристичного продукту він може набути значної популярності. У цьому разі потрібно враховувати те, якими є засоби передачі інформації її потенційному користувачу. Нині беззаперечним лідером комунікації стали інформаційні ресурси, простіше кажучи, Інтернет. Відповідно, саме цей напрям можна вважати оптимальним з економічної точки зору щодо просування туристичної привабливості Києва.

Відповідна функція в місті виконується багатьма засобами та інституціями. Насамперед має бути згадане Управління туризму і промоцій Київської міської державної адміністрації. Для надання туристам належної інформаційної підтримки Управління створило портал, який можна знайти за такою адресою: www.visitkyiv.travel. Цей портал містить важливу та різноманітну інформацію, що охоплює головні сфери, які стосуються туристичної сфери Києва, зокрема основні відомості про місто, новини, відомості про заклади розміщення, харчування, транспортну сферу. Завдяки відеохостинговому сайту "YouTube" можна переглядати різноманітні відео,

які стосуються міського життя. Інформація на сайті подається не тільки українською, а й англійською, німецькою, російською, китайською мовами. Постійно виконується просування цього туристичного порталу у соціальних мережах "Facebook" та "Instagram".

До послуг туристів створено мобільний додаток "Kyiv City Guide", який містить чимало повноцінних аудіоекскурсій містом. Звукове супроводження виконується українською та англійською мовами.

До інших інформаційних порталів, створених для просування міста, належить "infoportal.kiev.ua". Як і "visitkyiv.travel", він є багатомовним, адже, окрім найпоширеніших європейських мов, інформацію представлено арабською, китайською й ще кількома мовами. Портал містить туристичну карту міста, інформацію про стан погоди й курс валют. Крім того, він дає змогу бронювати авіаквитки, місця в готелях тощо. Портал містить також чимало іншої корисної інформації, а саме схему метро, опис екскурсій та багато інших корисних матеріалів про Київ. Прямий доступ є таким: <http://museums.authenticukraine.com.ua/en>.

Окремим і дуже важливим напрямом популяризації Києва є участь у міжнародних туристичних форумах, що передбачає належне представництво на них. Масштабними заходами, в яких було виконано промоцію Києва останнім часом, стали Міжнародна туристична біржа ("Internationale Tourismus-Börse Berlin") у Берліні, Всесвітній туристичний ринок ("World Travel Market") у Лондоні, "New York Times Travel Show", Міжнародна туристична виставка "Arabian Travel Market 2019" у Дубаї, Міжнародна виставка туризму "IMEX" у м. Франкфурт-на-Майні тощо.

Чимало гостей прибуває у Київ задля участі (принаймні пасивної) у різноманітних заходах, що відбуваються постійно. Відомими заходами, що сталися останніми роками, стали фінал «Євробачення» (травень 2017 р.), фінал Ліги чемпіонів УЕФА (26 травня 2018 р.). Із заходів, що відбулися у 2019 р., можна згадати Чемпіонат світу із середньовічного бою "World Championship on Medieval Combat 2019". Насправді різноманітні виставки, фестивалі, концерти, виставки, презентації, воркшопи, змагання, конференції в Києві відбуваються щодня. Інформування про ці заходи здійснюється не лише їх організаторами, а й на порталі "visitkyiv.travel". Крім того, інформація поширюється у соціальних мережах.

Окремо мають бути згадані логотип і слоган Києва. Логотип, що складається з чотирьох елементів (відповідно до кількості літер у назві міста), добре відображає унікальність міста, а саме розташування на великій річці, поширення каштанів, багатство на історичну спадщину, доброзичливість мешканців. Нині цей логотип став невід'ємним атрибутом усіх туристичних форумів, на яких відбувається промоція міста. Його можна побачити у київських аеропортах, на вулиці Хрещатик і в багатьох інших місцях. Нині він доповнює різноманітні сувеніри.

Як і багато інших туристичних центрів світу, Київ запрошує туристів і містян на різноманітні екскурсії. Нині їх можна здійснити у відкритому автобусі "City Sightseeing". Аудіосупроводом є українська, англійська, іспанська, німецька, італійська та російська мови. Деталі можна дізнатися за таким посиланням: <http://openkiiev.com.ua/uk/golovna>.

Однією з новинок, спрямованих передусім на іноземних туристів, є розроблення та впровадження ID-картки "Kyiv PASS", яка дає змогу відвідати найкращі локації міста та навіть зекономити кошти.

Окремим видом діяльності, яка сприяє популяризації міста та його окремих об'єктів, є блогерство. Активність київських (і не лише київських) блогерів сприяє тому, що їх окремі продукти переглядають десятки тисяч, а інколи навіть сотні тисяч людей. Досить ефективно й водночас практично безкоштовною є активність киян у соціальних мережах.

Зрештою, різноманітна діяльність, спрямована на популяризацію Києва, позитивно впливає на кількість туристів, що прибувають до міста. Згідно з даними Державної прикордонної служби України, а саме даними щодо перетину державного кордону авіаційним та залізничним транспортом, кількість іноземних туристів у Києві протягом 2016–2018 рр. становила 1,25; 1,61 і 1,93 млн. відповідно. Насправді ця кількість більша, адже частина гостей прибуває у Київ після відвідання якогось іншого міста або шляхом перетину кордону на власному автомобілі. Це означає, що фактична кількість іноземних туристів, які щороку відвідують Київ, нині перевищує 2 млн.

Найбільше туристів у Київ прибуває з п'яти країн, а саме Білорусі, Ізраїлю, США, Росії та Німеччини. Швидко зростає кількість туристів з Польщі, Китаю та Індії (табл. 1).

Аналіз табл. 1 свідчить про велику кількість гостей з Білорусі, яка постійно зростає. Одним із чинників є те, що чимало громадяни цієї країни, зокрема з м. Гомель, їдуть у Київ, аби скористуватися якимось з київських аеропортів (насамперед, «Бориспіль»). Відстань між цим аеропортом і Гомелем є меншою, ніж між Гомелем та аеропортом у Мінську. Однак важливішим є те, що географія авіаційних сполучень з аеропорту «Бориспіль» істотно більша, ніж з Мінська (не говорячи вже про сам Гомель).

Позитивною є також динаміка кількості польських туристів. У цьому разі позитивну роль відіграло запровадження наприкінці 2016 р. руху швидкісного поїзду «Інтерсіті+» за маршрутом Київ – Пшемисль.

Водночас порівняно незначною в Києві, особливо з огляду на близькість та велику кількість населення, є чисельність туристів з Росії. Нині вона істотно менша, ніж до початку агресії цієї країни проти України. У 2013 р. кількість громадян Росії, які прибули в українську столицю, становила 498 тис., перевищуючи сукупну кількість туристів з країн Європейського Союзу. Як видно з табл. 1, останніми роками і тут існує позитивна динаміка.

Врахування кількості внутрішніх туристів не таке точне, адже їх облік практично відсутній. Багато цих туристів зупиняються у родичів та знайомих. Можна вважати, що ця кількість приблизно вдвічі більше, ніж іноземних туристів.

Про позитивну динаміку туризму в Києві опосередковано свідчать дані обсягів авіаційних перевезень двох київських аеропортів, таких як «Бориспіль» і «Київ» імені Ігоря Сікорського. Важливим є те, що ці статистичні дані дуже точні. Після невеликого спаду у 2014 р., спричиненого політичною кризою та російською агресією, пасажиропотік не лише відновився, але й істотно збільшився, перевищуючи нині 15 млн.

Таблиця 1. Країни-лідери за кількістю туристів у Києві

№	Країна	2016 р.	2017 р.	2018 р.	Середнє значення	Середній відсоток за 2016–2018 рр.
1	Білорусь	104	252	313	223	14,0
2	Ізраїль	152	165	192	170	10,6
3	США	99,0	111	127	112	7,0
4	Росія	94,0	112	121	109	6,8
5	Німеччина	85,0	99,8	119	101	6,3
6	Туреччина	60,4	88,3	102	83,7	5,2
7	Велика Британія	55,5	62,0	83,7	67,1	4,2
8	Азербайджан	50,8	52,4	54,3	52,5	3,3
9	Польща	33,0	46,3	65,3	48,2	3,0
10	Франція	43,7	47,9	51,0	47,5	3,0
11	Італія	38,1	42,9	50,7	43,9	2,7
12	Литва	22,8	33,4	43,3	33,2	2,1

За підсумками 2018 р. частка київських аеропортів сягнула 75,0% загальнодержавного показника. Ще кілька років тому вона була істотно меншою, зокрема у 2013 р. вона становила 64,6%. Значне зростання авіаперевезень спостерігається у 2019 р. Протягом перших семи місяців 2019 р. пасажиропотік через аеропорт «Бориспіль» досяг 8,3 млн. осіб (зростання порівняно з попереднім роком на 21%), через «Київ» імені Ігоря Сікорського – 1,6 млн. осіб (зростання на 6%). Згідно з цими даними можна очікувати, що загальний обсяг авіаперевезень у 2019 р. сягне 18 млн. (рис. 1).

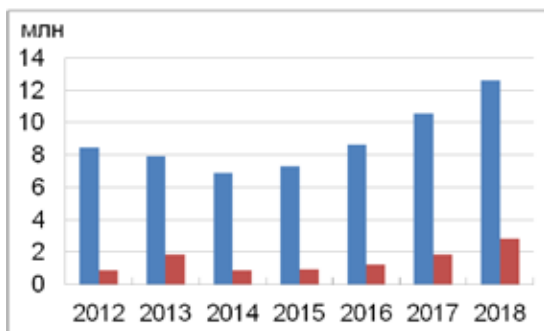


Рис. 1. Пасажиропотік в аеропортах Києва (ліві стовпчики – «Бориспіль», праві – «Київ» імені Ігоря Сікорського)

Зростання авіаційних перевезень останніми роками зумовлене низкою чинників. До найважливіших факторів належить поліпшення добробуту населення, хоч і незначне. Крім того, останніми роками зросла кількість лоукостерів, а також пропонованих ними маршрутів. Окремої згадки потребує запровадження у 2017 р. безвізового режиму, який надав можливість громадянам України відвідувати більшість країн Європейського Союзу. Чимало громадян України користуються авіаційним транспортом, дістаючись місць літнього відпочинку, насамперед Туреччини та Єгипту. Водночас внутрішні авіаперевезення істотно поступаються міжнародним. Про це, зокрема, свідчить розклад київських аеропортів.

Варто звернути увагу на той факт, що позитивна динаміка авіаційних перевезень відбувається за умов, коли з Росією вони повністю припинені. Ще у 2013 р. кількість щоденних рейсів з Києва в цю країну перевищувала десять.

Соціологічне дослідження, виконане у 2017–2018 рр., дало змогу встановити, що головним мотивом відвідання Києва (на рівні 75%) є туризм, зокрема участь у якихось заходах (фестивалях, концертах тощо). Істотно меншою є частка тих, хто відвідує Київ задля ділового туризму (7–8%). Близькою є частка туристів, які прибули для відвідування родичів і друзів (7%).

Важливим є розміщення туристів насамперед з огляду на кошти, які залишаються в місті. Поповнення міського бюджету передусім відбувається за рахунок туристичного збору. Нині його добовий обсяг визначається за часткою мінімальної заробітної плати у країні й становить 1% для іноземців та 0,4% для українців. Це дещо менше, ніж у великих містах Європи.

З огляду на те, що кількість туристів у Києві вже обраховується мільйонами, туристичний збір також обраховується багатьма мільйонами гривень. Протягом 2016 р. його обсяг становив 18,8 млн. грн.; протягом 2017 р. – 25,1 млн. грн.; протягом 2018 р. – 32,9 млн. грн.

Незрівнянно більшими є надходження, пов'язані з витратами на проживання, транспортне обслуговування, харчування, екскурсії тощо. Виконане опитування гостей Києва дало змогу встановити, що найбільш популярним є розміщення в готелі, де зупиняється приблизно 47% іноземних гостей. Наступними місцями є хостел (17%) та апартаменти (11%). Основним місцем харчування іноземних туристів є ресторан, адже його частка становить 40–45%. Дещо меншою є частка кафе й закладів швидкого харчування. Незначну роль відіграє вулична їжа та самостійне приготування їжі.

Вартість перебування туриста в місті розрахувати досить складно. Задля отримання належних даних розроблено анкету, в якій враховано основні складові витрат гостей Києва. У такий спосіб встановлено, що витрати іноземного туриста, як і слід було очікувати, істотно більші, ніж вітчизняного. Так, витрати іноземця на проживання в готелі протягом доби є такими: 29% з них витрачають до 100 доларів США за добу, 27% – 100–200 доларів, 14% – 200–300 доларів. Звісно, існують більші витрати, адже вартість перебування у п'ятизірковому готелі (а їх нині у Києві шість) стартує від 200 доларів США й може сягати 10–13 тис. доларів за добу. Інші витрати (на харчування, транспорт, сувеніри, розваги) переважно менші за 100 доларів. Отже, за найскромнішими розрахунками іноземний турист у Києві щодня витрачає 300–350 доларів США.

Найчастіше тривалість перебування іноземного туриста в місті становить дві–три доби, відповідно, одну чи дві ночі. Припускаючи, що вартість добового перебування становить 325 доларів, отримуємо, що сукупні витрати одного іноземного гостя столиці становлять приблизно 650 доларів, а сумарні для кількості 2 млн. приїжджих – 1,3 млрд. доларів США. У будь-якому разі це значна сума, яка істотно поповнює бюджет столиці. Звернемо увагу на те, що йдеться лише про іноземних туристів. Значними є також витрати громадян України. Сумарний обсяг коштів, які надходять від туризму в Київ, можна оцінити величиною 2 млрд. доларів США. Цей обсяг співвідносний з бюджетом Києва.

Висновки з проведеного дослідження. Туристична привабливість Києва та його відвідання залежать від багатьох чинників, одним із найважливіших серед яких є популяризація. Ця діяльність здійснюється насамперед шляхом створення належного контенту та його поширення в інформаційному просторі. Важливим напрямом роботи є просування Києва на представ-

ницьких міжнародних форумах. Те ж саме стосується блогерства та активності в соціальних мережах.

Значну роль відіграють інновації в туристичній сфері, зокрема розвиток відповідної інфраструктури. Щороку поліпшується готельний фонд Києва, стають привабливішими заклади харчування, покращуються можливості відвідання міста авіаційним та залізничним транспортом.

Різноманітні та масштабні події, що відбуваються в місті, також сприяють його відвіданню. Нині кількість іноземних туристів, які щороку відвідують Київ, становить приблизно 2 млн. Красномовною є позитивна динаміка авіаційних перевезень аеропортами міста. Протягом останніх років кількість перевезених пасажирів зросла майже вдвічі, а у 2019 р. має досягти 18 млн.

Нині Київ найбільше відвідують громадяни Білорусі, Ізраїлю, США, Росії та Німеччини. Стрімко зростає потік з Польщі, Китаю та Індії. Сумарний обсяг коштів, які надходять від туризму в Київ, можна оцінити величиною 2 млрд. дол. США.

1. Вишневецький В.І. Використання космічних та інформаційних технологій в екскурсійно-туристичній діяльності. *Вісник Київського університету імені Тараса Шевченка. Географія*. 2018. Вип. 1 (70). С. 79–83.
2. Гаврилов В.П. Інформаційні системи і технології в туризмі. Харків : ХНЕУ, 2016. 168 с.
3. Морозова Н.С., Морозов М.А., Чудновський А.Д. и др. Информационное обеспечение туризма. Москва : Федеральное агентство по туризму, 2014. 288 с.
4. Кузык С.П., Кузык П.С., Шевчук А.В. Інформаційні та інформаційно-віртуальні туристичні ресурси. *Географія та туризм*. 2010. Вип. 6. С. 101–108.
5. Мельниченко С.В. Інформаційні технології в туризмі: теорія, методологія, практика. Київ : Київський національний торговельно-економічний університет, 2008. 493 с.
6. Мельниченко С.В. Інформаційні технології в управлінні суб'єктами туристичної діяльності. *Вісник КНТЕУ*. 2010. № 2. С. 131–143.
7. Оліфіров О.В., Ільєнко Ю.І., Шершньова Г.В. Інформаційні системи і технології в туризмі. Донецьк : ДонНУЕТ, 2013. 253 с.
8. Румянцева Е.Л., Слюсарь В.В. Информационные технологии / под ред. Л.Г. Гагарина. Москва : Форум ; Инфра-М, 2013. 256 с.
9. Скопень М.М., Сукач М.К. Інформаційні системи і технології маркетингу в туризмі. Київ : Каравела, 2010. 335 с.
10. Федоров О.М., Афоніна Ю.С. Найновіші досягнення інформаційних технологій і туризм – нові виклики і можливості. *Наукові записки Кіровоградського державного педагогічного університету імені Володимира Винниченка. Серія: Педагогічні науки*. 2012. Вип. 107. С. 218–226.

1. Vyshnevskiy V.I. (2018). Vykorystannya kosmichnykh ta informatsijnykh tekhnolohiyi v ekskursiyno-turistichnij diyal'nosti. *Visnyk Kyivs'koho universitetu imeni Tarasa Shevchenka. Heographiya*. Vyp. 1 (70). P. 79–83 (in Ukrainian).
2. Havrilov V.P. (2016). Informatsijni systemy i tehnology v turizmi. *Kharkiv : KhNEU*. 168 p. (in Ukrainian).
3. Informatsionnoye obespecheniye turizma / Morozova N.S., Morozov M.A., Chudnovskiy A.D. i dr. *Moskva : Federal'noye agentstvo po turizmu*, 2014. 288 p. (in Russian).
4. Kuzyk S.P., Kuzyk P.S., Shevchuk A.V. (2010). Informatsijni ta informatsiyno-virtual'ni turistychni resursy. *Heographiya i turizm*. № 6. P. 101–108 (in Ukrainian).
5. Melnychenko S.V. (2008). Informatsijni tekhnolohiyi v turizmi: teoriya, methodolohiya, practyka. *Kyiv : Nationalnyi torhovel'no-ekonom. university*. 493 p. (in Ukrainian).
6. Melnychenko S.V. (2010). Informatsijni tekhnolohiyi v upravlinni sub'ektamy turistichnoyi diyalnosti. *Visnyk KNTU*. № 2. P. 131–143 (in Ukrainian).
7. Olifirov O.V., Ilyenko Yu.I., Shershnyova G.V. (2013). Informatsijni systemy i tekhnolohiyi v turizmi. *Donetsk : DonNUET*. 253 p. (in Ukrainian).
8. Rumyantseva E.L., Slyusar' V.V. (2013). Informatsijnye tekhnologii / Pod red. L.G. Gagarina. *Moskva : Forum, Infra-Moskva*. 256 p. (in Russian).
9. Skopen' M.M., Sukach M.K. (2010). Informatsijni systemy i tekhnolohiyi marketinhu v turizmi. *Kyiv : Caravela*. 335 p. (in Ukrainian).
10. Fedorov O.M., Afonina Yu.S. (2012). Naynovishi dosyahnennya v informatsijnykh tekhnolohiakh i turizm – novi vyklyki i mozhlyvosti. *Naukovi zapysky Kirovohrads'koho derzhavnogo pedagogichnogo university imeni Volodymyra Vynnychenka. Ser. : Pedagogichny nauki*. Vyp. 107. P. 218–226 (in Ukrainian).

E-mail: vishnev.v@gmail.com

E-mail: taranenko.kyivtourism@gmail.com