Тубальцева Н. П., к.е.н.
Гришина Н. В., к.е.н., доцент
Шарова Е. В., студент
Національний університет кораблебудування
імені адмірала Макарова
м. Миколаїв, Україна

DOI: https://doi.org/10.30525/978-9934-26-036-0-9

ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ З ВИКОРИСТАННЯМ СУЧАСНИХ ІНФОРМАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ

В останні два десятиліття туризм став лідером в переліку галузей сфери послуг. Більш ніж у 100 країнах туризм сприяє високому рівню зайнятості, розвитку окремих регіонів та є важливою статтею надходжень до державного бюджету. Розмір доходів туристичної галузі безпосередньо залежить від змін у зовнішньому середовищі: від економічних, науково-технічних, політичних чинників, а також від факторів культурного середовища. Останні дані Всесвітньої туристичної організації (UNWTO) демонструють, що світовий туризм через пандемію коронавірусу досягнув найгірших показників у 2020 році. Різке падіння попиту на міжнародний туризм та поширені обмеження на поїздки призвели до скорочення потоку міжнародних туристів на 74%, до втрати 1,3 трлн. дол. США в експортних доходах, також до скорочення 120 мільйонів робочих місць у сфері туризму [1].

Туризм відноситься до тієї сфери, яка має потужний потенціал для відновлення. Згідно прогнозів, засідання експертів UNWTO, що відбулося в січні 2021 року, показує досить неоднозначні перспективи на 2021 рік: більша частина респондентів (45%) передбачає зростання кількості міжнародних подорожей в 2021 році в порівнянні з 2020 роком, тоді як 25% експертів очікують подібних результатів, а 30% прогнозують, що результати у 2021 році лише будуть погіршуватися. Розширенні сценарії UNWTO вказують на те, що для повернення міжнародного

туризму до рівня 2019 року може знадобитися два з половиною-чотири роки [2].

За таких умов, посилився інтерес до максимального використання інформаційних та цифрових технологій в індустрії туризму. Процеси цифровізації є особливо актуальними для туристичної інфраструктури. Торгові та транспортні компанії, підприємства індустрії туризму, гостинності та громадського харчування отримали можливість розширити цільову аудиторію, охоплення та поліпшити якість обслуговування. Багато готелів використовують інтерактивні карти, які дозволяють більше дізнатися про визначні пам'ятки, надають гостям ігри в режимі доповненої реальності. У 2015 р. Marriot (мережа найбільших готельних брендів) запустив «VroomСервіс». На гарнітури віртуальної реальності, що надаються 160 відвідувачам, були завантажені три захоплюючі 3D-історії про подорожі в Чилі, Руанді та Китаї. 51% нових гостей протестували дану послугу, відзначили, що хотіли б частіше зупинятися в готелях Marriot [3].

У туристичній індустрії сьогодні використовуються такі цифрові послуги, як: сервіси електронних платежів і електронна комерція, інтернет-торгівля, інтернет речей, бронювання місця проживання та квитків, сервіси інтерактивного віртуального туризму. В останні роки 74% мандрівників в світі планують свої поїздки самостійно через Інтернет за допомогою онлайн послуг. Частка запитів з мобільних телефонів збільшилася до 40%. Про зростання значення цифрових технологій, свідчить той факт, що в Європі дві третини мандрівників вже не користуються послугами традиційних туристичних офісів, а використовують онлайн-сервіси.

Більшу частину використовуваних на даний момент інструментів цифровізації сфери туризму займають додатки. Перші цифрові сервіси для туристів з'явилися на початку 2000-х і були орієнтовані на онлайн бронювання житла і покупку квитків: Booking.com – готельний агрегатор дав можливість потенційним клієнтам побачити невеликі готелі по всьому світу, забезпечив їм найширший доступ до клієнтської бази; AirB&B повторив успіх

Booking.com, сформувавши новий ринок оренди апартаментів; успішно функціонують – Uber, Gett – агрегатори таксі [4].

На сучасний момент існує велика кількість платформ і додатків (Ascape, Youvisit, Discovery, Littlstar, VeeR VR, NASA та інші), які можуть забезпечити віртуальну подорож, відвідування концерту або музею. Ознайомчі віртуальні тури ефективні в рекламі туристичних послуг. Використовуючи комплекс людських почуттів, віртуальний вплив перевершує «традиційні» види інформації, які застосовуються в процесі прийняття рішень при придбанні туристичного продукту.

Серед напрямків подальшого розвитку туристичного інформаційного простору можна виділити наступні:

– створення нових туристичних продуктів і рішень (платформи, сервіси, додатки);

– максимальне розповсюдження віртуального туризму;

– створення нових он-лайн туристських ринків і компаній;

– впровадження інформаційних технологій в формування пакетного турпродукту, де враховані всі моменти подорожі («під ключ»);

– застосування штучного інтелекту, голосових технологій, блокчейну.

Для готелів та інших підприємств туристичної галузі одним із найцікавіших векторів розвитку є надання допомоги клієнтам в Інтернеті за допомогою штучного інтелекту, що здатний відповідати на запитання та надавати цінну інформацію клієнтам, навіть коли представник служби обслуговування клієнтів недоступний.

Наступним напрямком розвитку інформаційних технологій в індустрії туризму є впровадження Інтернету речей (IoT), що використовується для позначення повсякденних фізичних пристроїв, приладів та інших «речей», які оснащені Інтернетом, що робить їх здатними надсилати та отримувати дані. Це фактично перетворює їх на «розумні» об’єкти, здатні «спілкуватися» або взаємодіяти один з одним. Використання інтелектуальних пристроїв може допомогти оптимізувати фізичний стан готелю та

його номерів та зменшити енергетичні витрати. Установлюючи опалення, освітлення та телевізор із підтримкою Інтернету, клієнти можуть вмикати та вимикати їх, контролювати температуру та рівень освітленості з одного девайсу.

Таким чином, пандемія коронавірусу призупинила розвиток міжнародного туризму і призвела до значних втрат в експортних доходах, проте завдяки координації заходів та цифровізації, туристичні послуги можна надавати в віртуальному форматі, який становиться більш затребуваним.

Література:

1. Світовий рейтинг туризму. URL: https://en.wikipedia.org/wiki/World_Tourism_rankings (дата звернення: 29.01.2021).

2. The World Tourism Organization (UNWTO). URL: https://www.unwto.org/about-us (дата звернення: 10.02.2021).

3. Ястремська О.О. Сучасні світові тенденції розвитку туризму. *Проблеми економіки.* 2013. № 1. С. 22–27.

4. Богомазова И.В. Цифровая экономика в индустрии туризма и гостеприимства: тенденции и перспективы. *Сетевой научный журнал*. 2019. Т. 13. № 3 (85). С. 34–46.