

SMART-ТЕХНОЛОГІЇ ТА ЇХ ВПЛИВ НА РОЗВИТОК ТА ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ТУРИСТИЧНИХ ПІДПРИЄМСТВ

В сучасних умовах пріоритетним напрямом державного розвитку в Україні є цифрова економіка, формування серед громадян стійких потреб у цифрових технологіях через ряд сфер, серед яких туризм, як одна з найбільш суспільно орієнтованих сфер економіки.

Цифровізація виступає основою для розвитку сучасного бізнесу та базовою умовою виживання туристичних підприємств в конкурентній боротьбі.

Актуальним питанням сьогодні є необхідність розвитку сучасних цифрових технологій, спрямованих на підвищення рівня надання туристичних послуг, поліпшення комунікацій зі споживачами. Впровадження цифрових технологій дозволяє спрощувати та пришвидшувати туристичні процеси та процедури, підвищувати конкурентоспроможність галузі, забезпечувати її сталий розвиток.

Сьогодні майже не залишилося сегментів у туристичному та готельному бізнесі, яких би не зачепила цифровізація. Свою роль в стрімкому розвитку цифрових технологій зіграли і карантинні обмеження, пов'язані з пандемією COVID-19: від необхідності обмеження кількості людей до впровадження рішень безпечного самообслуговування та скорочення контактів тощо.

За даними Data Arpeal Company, у сфері гостинності сьогодні майже 49% бронювань здійснюється онлайн. Очікується, що до 2026 року цей показник зросте до 74%. Зараз 25% всіх бронювань надходить через смартфон [1].

В останні роки головним трендом та чинником зростання туристичного бізнесу є використання інтерактивних та smart-технологій. Це обумовлено, по-перше, потребою у впровадженні нових інноваційних технологій для забезпечення відновлення та стійкого розвитку туризму, по-друге, формуванням нових каналів взаємозв'язку з партнерами та споживачами, по-третє, зміною способів та засобів туристичного обслуговування та ін.

Smart-технології поєднують в собі інновації, маркетинг та роботу з даними. Цей вид технологій є ключовим компонентом інформаційних систем, які можуть надати туристам і постачальникам послуг більш важливу інформацію для прийняття рішень, більшу мобільність, корисніший туристичний досвід [2, с. 56].

Серед smart-технологій, що розвиваються та поступово впроваджуються в туризмі, можна відзначити [1; 2, с. 56; 3, с. 233]: Big Data, штучний інтелект, інтелектуальні роботи, інтернет речей, віртуальна і доповнена реальність, блокчейн, мобільні додатки тощо. Розглянемо особливості цих цифрових технологій та їх вплив на подальший розвиток туристичної галузі в Україні.

Big Data (Великі дані) призначені для пошуку та/або аналізу великого обсягу даних, згенерованих з різних джерел (соцмереж, вебсайтів тощо), одержання економічної вигоди від великих обсягів широкого спектру

інформації. Отримана інформація дозволяє турпідприємствам отримувати уявлення про вподобання та поведінку споживачів, їх бажання стосовно послуг та відвідування DESTИНАЦІЙ, вдосконалювати та персоналізувати клієнтський досвід, покращувати ціноутворення та максимізувати свій прибуток.

Штучний інтелект (AI) використовують для створення чат-ботів, віртуальних асистентів та інших комп'ютерних систем, які допомагають планувати подорожі, економлять час, покращують туристичні операції, допомагають визначати потреби клієнтів в процесі взаємовідносин з ними, покращують якість та підвищують рівень обслуговування клієнтів за рахунок персоналізації послуг. Завдяки віртуальним агентам можна надавати персоналізовані рекомендації клієнтам без участі персоналу, автоматизувати повсякденні рутинні завдання, пов'язані з продажем квитків, бронюванням та обслуговуванням клієнтів. Чат-боти дозволяють працювати з клієнтами цілодобово, економити на персоналі, оренді приміщень, надають первинну інформацію клієнтам. Наприклад, в ресторанах чат-боти допомагають подивитися меню, зробити замовлення, забронювати столик, оплатити рахунок.

Робототехнології сьогодні впроваджуються як в туристичному, так і в готельному секторах. Інтелектуальні роботи спроможні самостійно виконувати завдання без втручання людини, здатні отримувати дані та автоматизувати процеси, а також скорочувати час роботи і витрати. Є практика впровадження таких роботів не тільки в готелях, а й в аеропортах, в турагенціях різних країн світу. На думку експертів, серед областей, які мають найбільший потенціал для роботизації в готелях – рецепція (процеси реєстрації та виселення, опитування задоволеності і якості обслуговування клієнтів), прибирання, транспортування багажів, візків для прання, у сфері надання послуг харчування – відображення меню та збір платежів. З часом деякі професії в туристичному та готельно-ресторанному бізнесі можуть бути повністю або частково замінені роботами.

Інтернет речей (IoT) використовують для створення взаємопов'язаної мережі пристроїв і датчиків, які взаємодіють один з одним або із зовнішнім середовищем, збирають корисні дані, обмінюються ними в режимі реального часу та на їх основі самостійно здійснюють дії і операції без участі людини. Ця технологія уможливорює використання датчиків збору та передачі інформації для покращення турпродуктів та посилення безпеки туристів, допомагає покращувати навігацію, управляти потоком відвідувачів та часом очікування, здійснювати моніторинг погодних умов, небезпечних явищ, забруднення тощо.

Одним із ефективних маркетингових інструментів продажу продукту є віртуалізація, яка надає можливість споживачу ознайомитися з продуктом, побачити його, вибрати те, що якнайкраще задовольнить його потреби. Технології віртуальної і доповненої реальності (VR/AR) застосовують для створення віртуальних образів/аналогів реальних об'єктів, надання туристам захопливого та цікавого інтерактивного досвіду та можливості зануритися у віртуальне середовище. Дані технології використовуються для створення VR/AR-турів, VR/AR екскурсій, інтерактивних гідів та путівників тощо.

Блокчейн-технології підвищують безпеку та швидкість операцій з оплати,

зменшуючи ризики шахрайства, дають змогу збирати і надавати доступ користувачам до різної інформації, знижують вартість турпродукту. Блокчейн в туризмі дає можливість управляти транзакціями з оплати подорожей, безпечно зберігати та відстежувати інформацію про бронювання, продажу квитків, перевіряти особу туриста (ідентифікувати), відстежувати багаж, полегшувати роботу програм лояльності тощо. Завдяки цій технології турпідприємства можуть вести безпечний і прозорий облік своїх операцій.

Мобільні додатки розробляються для швидкого пошуку інформації, доступу до карт місцевості, замовлення авіаквитків, бронювання готелів, оренди автомобілів та інших туристичних послуг. Такі додатки можуть працювати автономно, розсилати push-сповіщення (про акції, знижки або певні події), їх можна інтегрувати з IT-інфраструктурою турпідприємства.

Сьогодні прогресивним напрямком є поєднання smart-технологій з можливостями безпілотних літальних засобів (дронів). Використання дронів в туристичній галузі дозволяє: здійснювати аерозйомку визначних місць, огляд та дослідження таких туристичних пам'яток та об'єктів, як замки, палаци, музеї, парки тощо, забезпечувати доступ до важкодоступних або небезпечних місць, що сприятиме розвитку пригодницького туризму, не наражаючи при цьому туристів на небезпеку, здійснювати моніторинг місць скупчення людей, управляти натовпами під час масових заходів, підвищувати безпеку туристів завдяки попередженню впливу природних та стихійних лих тощо. Отримані фото- та відеоматеріали можна в подальшому використовувати для створення віртуальних турів за допомогою VR/AR-технологій, точних 3D-копій визначних пам'яток, а також для просування туристичних напрямків.

Наприкінці слід зазначити, що широке розповсюдження цифрових технологій спонукає туристичні підприємства планувати боротьбу за клієнта в цифровому просторі. Основним двигуном цих змін є споживачі, їх потреби. Саме тому в сучасних реаліях розвитку туризму необхідно впроваджувати інноваційні цифрові технології, які сприятимуть підвищенню ефективності діяльності та конкурентоспроможності туристичних підприємств.

Список використаних джерел

1. Технології майбутнього в туризмі та роль БПЛА у їх розвитку. URL: <https://culver.aero/articles/technologies-future-tourism-and-role-uavs-their-evolution> (дата звернення: 22.07.2023).
2. Ящишина І. В. Реалізація концепції смарт-туризму: світовий досвід та вітчизняна практика. *Наукові записки Національного університету «Острозька академія»*. Серія «Економіка». 2019. № 14 (42). С. 54–59. URL: <https://eprints.oa.edu.ua/7949/1/11.pdf>. DOI: 10.25264/2311-5149-2019-14(42)-54-59 (дата звернення: 22.07.2023).
3. Ільницька-Гикавчук Г. Я. Роль цифрових платформ в зростанні туристичного бізнесу. *Вісник Хмельницького національного університету*. Серія «Економічні науки». 2021. № 6, Том 1. С. 232–234. URL: <http://journals.khnu.km.ua/vestnik/wp-content/uploads/2022/01/en-2021-6t1-38.pdf>. DOI: 10.31891/2307-5740-2021-300-6-36 (дата звернення: 22.07.2023)