

## ТРАНСФОРМАЦІЯ ІНФОРМАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ У СФЕРІ МІЖНАРОДНОГО ТУРИЗМУ

**Аврята А.**, здобувач третього рівня вищої освіти \*,  
Державний біотехнологічний університет, м. Харків, Україна

Процес практично будь-якої технологічної трансформації завершується переходом на новий якісний ступінь економічного розвитку, який, як правило, починається з розвинених країн. У ході глобальної економічної трансформації змінювалися структура та масштаби всіх ринків: ринку товарів, послуг, капіталу та праці. Для сучасного етапу економічної трансформації характерно розвиток під впливом факторів науково-технологічного змісту, які, насамперед, впливають на зміст, структуру та масштаби ринку технологічних змін практично у всіх галузях та видах діяльності, включаючи і сферу міжнародного туризму [1].

У сучасних умовах сфера туризму стає ключовою для розвитку економіки багатьох країн світу. Туристична індустрія стимулює розвиток суміжних і залежних галузей (транспорт, будівництво, торгівля, виробництво споживчих товарів), інвестиційну діяльність, створення нових робочих місць, розширення торгового обороту отже, збільшення прибутків і доходів, що надходять державі у вигляді податків. Соціальний ефект туризму виявляється у оздоровленні населення та культурному розвитку особистості. Ці обставини актуалізують вивчення сучасних особливостей функціонування та розвитку цієї сфери діяльності. Подорожі та туризм швидко стають найбільшою категорією продуктів, що продаються в Інтернеті, тому їх слід розглядати як нові маркетингові канали для туристичних агенцій. Бажання подорожувати – невід’ємна частина людських бажань. Технологічні революції за останні кілька десятиліть та подальші зміни в соціальних системах сприяють посиленню потреби у подорожі.

Таким чином, туризм в даний час є масовим явищем, яке торкається практично кожної людини у світі. Люди бажають отримувати більш детальну інформацію про кожне місце, яке вони

---

\* Науковий керівник – кандидат економічних наук, доцент С.М. Калініченко

мають намір відвідати [2]. Конкретними елементами таких інформаційних потреб є:

- географічна інформація про місцезнаходження, ландшафт і клімат тощо;
- потреби в інформації про можливий туризм;
- житло, ресторани та магазини;
- інформація про проїзд літаком, залізницею, морським та автотранспортом;
- соціальні звичаї, культура та інші особливості;
- майбутні заходи;
- сезони відвідування та інші унікальні функції;
- якість об'єктів та їх стандартні ціни.

Нижче наведені різні області, де Інтернет використовується у індустрії туризму [3]:

1. Маркетинг. Технологія зачіпає майже всі аспекти маркетингу, зокрема:

- онлайн-рекламу;
- редакційні та інформаційні бюлетені;
- пошуковий маркетинг;
- просування електронною поштою;
- з вуст в уста через соціальні мережі, такі як блоги з відгуками клієнтів, спільноти, наприклад, безкоштовний сайт для обміну фотографіями – Flickr або сайт для обміну відео – YouTube, дискусійні групи у соціальних мережах.

2. Системи бронювання, останні дослідження показують, що більше половини тих, хто подорожує за допомогою Інтернету, використовує системи бронювання, оскільки їм надається вибір за що платити.

3. Продаж вражень туристам. Оператори туризму використовують технології для того, щоб:

- надати первинну інформацію споживачам, наприклад, за допомогою відео оглядів, відео трансляцій, відео-турів;
- надають аудіо-тури для використання на місці через MP3-плеєри;
- забезпечувати переклад мови через мобільні телефони чи портативні пристрої;
- допомогти клієнтам обмінюватися досвідом з іншими мандрівниками. Наприклад, рекомендувати якісь тури, щоб люди довіряли та робили вибір на веб-сайті компанії [3].

Таким чином компанії допомагають своїм клієнтам зрозуміти, як вони можуть бути частиною великої групи мандрівників.

4. Відносини з клієнтами та наступні дії. Технологія – чудовий спосіб продовжити контакти з клієнтами, використовуючи:

- базу даних контактів;
- електронний інформаційний бюлетень, який допоможе зберегти бренд та досвід відвідувачів, який ви надасте людям;
- групові списки електронної пошти для регулярних оновлень;
- стимули або заохочення клієнтів до розміщення відгуків про подорожі;
- зворотний зв'язок з електронною поштою клієнта, який ви можете використовувати для покращення ваших продуктів та послуг.

5. Огляди задоволеності клієнтів електронною поштою.

Інформаційно-комунікаційні технології, такі як ІКТ, часто використовуються як розширений синонім для інформаційних технологій (ІТ), але зазвичай це більш загальний термін, який наголошує роль уніфікованих комунікацій та інтеграцію телекомунікацій, комп'ютери, проміжне програмне забезпечення, а також необхідне програмне забезпечення, системи зберігання та аудіовізуальні системи, які дозволяють користувачам створювати, отримувати доступ, зберігати, передавати та маніпулювати інформацією. Іншими словами, ІКТ складається з інформаційних технологій, а також телекомунікаційних, широкотовних ЗМІ, всіх видів обробки аудіо та відео та передачі інформації. Це визначення уперше було використано у 1997 році у звіті Денніса Стівенсона уряду Великобританії та просувалося відповідно до нових документів Національного навчального плану для Великобританії у 2000 році [4]. Нижче наводяться приклади використання ІКТ у туризмі:

- керування ресурсами призначення;
- інвентаризація туристичних ресурсів;
- управління сайтами та залученням;
- визначення потрібних місць для туристів;
- керування туристичною статистикою.

Прискорений розвиток технологічних трансформацій державою здатне забезпечити «цифровий стрибок» економіки країни, забезпечуючи цим, потужний імпульс подальшого розвитку міжнародного туризму.

Прогнозується, що з 2060 р. настане епоха метакогнітивних технологій, початок якої пов'язаний з інформаційною революцією та штучним інтелектом. Виявляються вже сьогодні передумови цієї епохи. Глобальна технологічна трансформація впливає не тільки на ринки товарів та послуг у галузі туризму, але і на світові туристичні ринки в

цілому. Так, інформатизація суспільства, яка ґрунтується на впровадженні цифрових трансформацій, сприяла зміні характеру та змісту відносин у сфері міжнародного туризму [5].

Останніми роками спостерігається зростання зайнятості, пов'язаної з обробкою інформації, з'являються нові професії, наприклад, спеціаліст, який створює для туристів «інформаційні ландшафти» з урахуванням особливостей туристської дестинації, очікувань туристів і популярних на даний момент напрямів в індустрії гостинності або коучсерфери (від англ. CouchSurfing одна з найбільших мереж гостинності, яка існує у вигляді онлайн-служби). Також здійснюється роботизована автоматизація процесів у готельному бізнесі, впроваджуються технології штучного інтелекту, що сприяє підвищенню продуктивності працівників. Оновлювані способи та структура виробництва (3D-друк, блокчейн), розвиток цифрової економіки та економіки спільного споживання впливають і на нові вимоги до освіти фахівців, зайнятих у туристичній діяльності. При цьому однією з проблем туристичного ринку в галузі поширення інформаційних технологій стає нестача кадрів високої кваліфікації та компетенції [3].

Ці радикальні технологічні трансформації характеризуються короткими термінами і прискореними темпами, оскільки нині темпи змін постійно нарастають. Позначені вище зміни надають довгострокові економічні та соціальні впливи. З розвитком суспільства та нових технологій істотно і стрімко змінюватиметься структура і форма туристичного ринку, особливо міжнародного рівня. І важливу роль у цих процесах грає держава, яка бере на себе роль інвестора, яка визначає ключові, пріоритетні та найбільш перспективні напрями фінансування, в тому числі у сферу міжнародного туризму.

#### **Бібліографічний список:**

1. Атаманчук З.О., Дем'янова Ю.О. Міжнародний туризм як пріоритетний напрям соціально-економічного розвитку держав світу. *Науковий вісник Ужгородського університету. Серія «Економіка»*. 2019. № 2(54). С. 23-28.
2. Носач Л.Л. Світовий ринок товарів та послуг: навч.-метод. посіб. Харків: Форт, 2014. 295 с.
3. Побоченко Л.М., Федорова І.К. Глобалізаційні тенденції розвитку світового ринку послуг. *Стратегія розвитку України*. 2015. № 1. С. 113-118.
4. Туризм сьогодні. Офіційний сайт Світової організації торгівлі. URL: <http://www.wto/new.items>
5. World Economic Forum. URL: <http://edclub.com.ua/tegy/vsesvitniy-ekonomicheskoye-forum>