

В.М. Маховка, к.е.н., доцент кафедри туризму та адміністрування
Полтавський національний технічний університет імені Юрія Кондратюка,
м. Полтава

ІНТЕРАКТИВНІ ТА SMART-ТЕХНОЛОГІЇ В ТУРИЗМІ

В сучасних мовах функціонування сфери туризму залежить від швидкого та безперервного обміну інформацією, що є одним з ключових переваг забезпечення конкурентоспроможності суб'єктів ринку туристичних послуг. Дана ситуація обумовлена потребою у зміні способів та засобів туристичного обслуговування, формування та забезпечення каналів взаємозв'язку з партнерами та споживачами суб'єктів туристичної діяльності, а також потребою у впровадженні нових інноваційних технологій для забезпечення стійкого розвитку туризму, що й обумовлює використання інтерактивних та smart-технологій.

Всесвітня туристична організація визначає туризм як соціокультурне та економічне явище, яке передбачає переміщення людей з середовища їх проживання в міста чи країни з особистою чи діловою метою. Враховуючи сучасну інформаційну насиченість та інтенсивність туризму, і як наслідок високу залежність від інформаційно-комунікаційних технологій [1, 2], концепція «smart» застосовується і до процесів та явищ, що охоплюють туризм також.

Дослідженню питання впровадження інтерактивних та smart-технологій в туризмі присвятили свої праці вітчизняні та зарубіжні науковці, зокрема: Г. Багієв, А. Виноградов, В. Квартальнов, С. Мельниченко, А. Набієв, Є. Ромат, М. Скопень, Т. Ткаченко та ін. У працях зазначених авторів були розглянуті особливості розвитку інтерактивних та інформаційних технологій в туризмі, визначено переваги їх практичного використання в туристичній діяльності. Проте, дане питання потребує подальшого дослідження та обговорення, адже незважаючи на значну кількість наукових та практичних напрацювань

спрямованих на впровадження та використанні сучасних інформаційних технологій та систем в сфері туризму, залишається недостатньо дослідженими питання впровадження інтерактивних та smart-технологій в туристичній індустрії.

Здійснюючи дане дослідження, нами було визначено за мету дослідити сутність та особливості використання інтерактивних та smart-технологій в туризмі та розробка пропозицій щодо її впровадження.

Розвиток сучасного суспільства характеризується поступовим перетворенням традиційної економіки на віртуальну, яка дає можливість здійснювати економічні операції та налагоджувати ділові відносини у віртуальному просторі та проявляється через розвиток електронного (віртуального) бізнесу, створення електронного уряду, організацію та функціонування віртуальних організацій (підприємств) [3]. Саме розвиток інформаційних технологій створив поштовх для розвитку не тільки туристичних підприємств України, але і туристичної індустрії у світі. Як показує практика, сфера туризму є інформаційно-насиченою, оскільки характеризується різноманітністю та складністю ділових взаємозв'язків із партнерами (з туризмом пов'язано понад 60 видів економічної діяльності), індивідуалізацією та пріоритетністю ексклюзивності туристичних послуг, динамічністю бізнес-процесів, потребою в постійному технологічному удосконаленні та високою конкуренцією. Тому, для нинішнього розвитку туристичної діяльності необхідно впроваджувати сучасні ІТ-технології, які забезпечують інформатизацію та швидкий обмін даними, інтеграцію та взаємозв'язок усіх учасників туристичного ринку, можливість урахування індивідуальних особливостей кожного клієнта у процесі задоволення його потреб, підвищення швидкості обслуговування, оперативний зворотний зв'язок, підвищення ефективності діяльності туристичних підприємств.

На сьогодні спостерігається трансформація інформаційної складової суспільства та формування економіки знань. А туризм як одна з найбільш суспільно орієнтованих сфер економіки вимагає зміни векторів розвитку та

пріоритетності в бік інноваційної складової в процесі надання туристичних послуг, поліпшення комунікацій зі споживачами за рахунок впровадження та використання якісно нових підходів управління містами та підприємствами сфери туризму. У практичній діяльності туристичних підприємств застосовуються різноманітні види інформаційних технологій, а саме: глобальні розподільчі системи, системи бронювання та резервування, електронні інформаційні системи, інформаційні системи менеджменту, мобільні системи зв'язку, послуги глобальної комп'ютерної мережі Інтернет [3]. Саме тому впровадження технологій Smart City взаємопов'язане і орієнтоване в першу чергу на розвиток туризму, відповідно дедалі більше впроваджуються концепції Smart Tourism Destinations (STD) – розумні туристичні напрямки [4, 5]. Технологію Smart City необхідно розглядати як своєрідну дорожню карту розвитку міста, яка дозволяє не лише централізовано управляти місцевими адміністративними відділами, бібліотеками, транспортною системою, лікарнями, електростанціями, органами правопорядку та інші служби, а й дозволяє привернути увагу до туристичних об'єктів та місцевих пам'яток, що розташовані різних районах міста.

Впровадження smart-технологій в управління енергетичними, логістичними та транспортними функціями міста дозволяє підвищити його ефективність в цілому. Відповідно місто починає функціонувати при нижчому рівні затрат, що дозволяє знизити вартість на послуги харчування та розміщення і відповідно є більш економічно вигідним для туристів. Наприклад, за рахунок впровадження smart-технологій в таких європейських містах як Лондон, Барселона, Осло дозволило збільшити кількість туристичних потоків.

Технологію Smart City також можна розглядати з позиції додаткового маркетингового забезпечення розвитку туризму. Використовуючи даний онлайн контент Smart City туристи можуть поширювати фотографії, відеоматеріали, 3D-презентації, що слугуватиме додатковою рекламою та формуватиме інтелектуальні туристичні напрямки.

Концепція Smart Tourism Destinations базується на використанні ефекту синергії між інноваційними чутливими технологіями Smart City та їх соціальною складовою для підтримки туристичного досвіду. Впровадження та використання Smart Tourism Destinations для задоволення потреб туристів до, в процесі та під час туристичної подорожі в тому чи іншому місті дозволить підвищити його рівень конкурентоспроможності [6].

Зауважимо, що природа туризму як суспільного явища та виду економічної діяльності передбачає процес прийняття рішень, який базується на певному об'ємі інформації, що в сучасних умовах Е-революції дозволяє ефективно адаптувати їх на практиці. Тому пропонуємо розглянути сферу туризму в якості авангарду всіх ІТ-додатків і переваг, що використовуються для розвитку й інших сфер. Терміни «smart» та «інтерактивні» необхідно використовувати для опису технологічних, економічних та соціальних подій, що підштовхують розвиток технологій для обробки великих об'ємів інформації, нових способів підключення та обміну інформації, яка дозволяє дійти до певних висновків, і дозволяють перетворити величезну кількість даних в цінні пропозиції, або для компаній, або для кінцевого користувача.

Варто зауважити, що реалізація на практиці проєктів Smart City в першу чергу передбачає впровадження нових технологій в різні сфери життєдіяльності міста і в першу чергу орієнтований на його туристичну складову (SMART розшифровувалися як social, modern, art, research, tourist), проте дана концепція має на меті розвивати населений пункт не лише як туристичну дестинацію, а як такий інноваційно орієнтований, прогресивний, який впроваджує ІТ-технології і нові підходи до управління та розвитку [6]. Прикладом використання Smart Tourism Destinations, за аналогом норвезького м. Осло є створення та впровадження в практику в м. Київ ID-картки туриста «KyivPass», яка надає право проїзду в метро і включає систему знижок, що пропонується партнерами – закладами харчування, сувенірними крамницями, туроператорами. До основних послуг, користування якими надає можливість користуватися багатофункціональна картка «KyivPass» входить: дві

оглядові екскурсії Києвом, вхід до 20 музеїв столиці, вхідний квиток до Київського зоопарку, вхід до 8 мистецьких галерей та 2 нічних клубів, 3-5 поїздок (залежно від терміну дії карти) на метро. Для зручності користування Smart-картка туриста «KyivPass» розрахована на 24 год., 48 год. Та 72 год., відповідно коштує від 15 до 35 євро, [7]. Окрім зручності даний проект спрямований на орієнтацію внутрішніх та зовнішніх туристів до певних туристичних об'єктів та локацій міста.

Варто зауважити, що темі впровадження інтерактивних новинок в сферу туризму було приділено значну увагу й на щорічній Міжнародній виставці споживчої електроніки International Consumer Electronics Show (CES). Провідними фахівцями пропонується розробка різноманітних інформаційних та технологічних продуктів, які спрямовані максимально спростити та своєчасно попередити можливі бажання та потреби подорожуючих. Так, за допомогою сервісу Streetview зараз можливо не лише в режимі он-лайн за допомогою інтерактивних технологій та мережі Інтернет здійснити віртуальні тури, а й попередньо проглянути туристичні об'єкти, місця, маршрути. На виставці CES були запропоновані віртуальні технології, які дозволять, наприклад, авіаперевізникам в режимі реального визначати потреби пасажирів в салоні літака, а заклади розміщення вже використовують дані новинки для того, щоб гість зміг обрати та облаштувати кімнату перед приїздом відповідно до власних потреб і смаків [8].

Значного технологічного розвитку набули й електронні персональні асистенти та туристичні пошукові системи. Прикладом цього є система web-пошуку авіаперевезень Skyscanner, яка дозволяє не лише проглядати користувачам інформацію про авіарейси, прокат автомобілів, заклади розміщення, ранжувати їх за різними критеріями, а й порівнювати їх вартість. Дана система оснащена технологіями, що реагують на голосові команди на 30-ти мовах світу і дозволяє автоматично за допомогою голосу здійснювати пошук, переадресовувати на сайт відповідних туристичних підприємств чи транспортних компаній та здійснювати бронювання за найбільш вигідною

ціною. Важливою перевагою Skyscanner є те, що вона не потребує прив'язки до конкретної дати чи місця призначення, унікальна технологія дозволяє автоматично отримувати інформації з інших сайтів та здійснювати пошук швидше ніж мета-пошукові системи.

Проведені дослідження свідчать, що практика організації розважального, ділового та активного туризму багато в чому залежить від розвитку інтернет-індустрії, споживчого попиту в он-лайн просторі. На сьогоднішній день, інтернет-технології, відповідне програмне забезпечення активно використовується при плануванні туристичної подорожі, впливає на процес пошуку туру, підготовки та реалізації поїдки на практиці.

Важливим кроком в розвитку віртуального туризму, а в деякій мірі й стимулом для подорожі є онлайн-експозиція корпорації Google. На сайті проекту Google Arts & Culture користувачам пропонується відвідати 150 інтерактивних виставок з 300 тисячами фотографій і відео та 30 віртуальними турами по 50 музеям світу, де за допомогою технологій віртуальної реальності. Панорамні відео є доступними як в мобільних додатка, так і з використанням браузера [9].

В Україні для розвитку внутрішнього туризму та збільшення привабливості вітчизняного туристичного продукту для іноземних туристів запущено проект Zruchno.travel, який сприяв створенню та впровадженню в практику корисні програмні сервіси та партнерські програми, тим самим звертаючи увагу суспільства на туристичні об'єкти, які є в Україні, сприяємо покращенню інфраструктури, створенню міцних партнерських зв'язків між бізнесом та державою, й іншими зацікавленими аудиторіями, активізуємо зацікавленість туристів відвідувати вітчизняні туристичні маршрути та destinations. Портал Zruchno.travel є корисним для споживачів туристичного продукту, оскільки пропонує послуги бронювання, акумулює на власному web-ресурсів інформацію про послуги закладів розміщення, харчування, розваг та ін., характеризує туристичні особливості регіонів України, має широкий вибір відпочинку як на вихідні (52 вікенди), так і просто за різними тематичними

напрямами (спортивний, індустріальний, зелений, пізнавальний, тощо). Для об'єктів, що надають послуги в туристичній галузі і сфері обслуговування, даний портал надає можливість користуватися такими сервісами, як: спецпроекти, преміум-підписка, партнерські програми, консалтинг, аналітика/статистика, контакт-центр і просування [10].

Проведений аналіз популяризації серед користувачів мобільних сайтів та тематичних туристичних сервісів, впливає на поглиблення їх використання в сфері туристичного обслуговування. Так, спільно з компанією «Vodafone Україна» у Полтаві було розроблено та відкрито туристичні маршрути «Доленосне поле європейської історії» та «Літературними стежками Полтави» за допомогою QR-кодів. Зручність та простота у використанні запропонованих інноваційних інтерактивних туристичних маршрутів передбачає зчитування QR-коду за допомогою смартфона або планшета користувач переадресується на відповідну сторінку з детальним описом і фото найближчого туристичного об'єкта – площі, будинку, пам'ятника. Використанні сучасної інтегративної технології дозволяє додавати відповідні посилання на детальну карту міста із зазначенням місць, де розташовані інші QR-коди. Інформація подається українською та англійською мовами. Використання інтернет-технологій, відповідного програмного забезпечення та сучасних пристроїв дозволяє здійснювати самоорганізовані екскурсії містом.

Враховуючи вищевказане активний розвиток інтерактивних та smart-технологій в туристичній сфері сформував такі види туризму як інтелектуальний та електронний туризм. В багатьох відношеннях їх формування є логічним продовженням традиційного туризму. Це обумовлено впровадженням інновацій і технологічної орієнтації туризму як галузі та споживачів з використанням інформаційних та комунікаційних технологій (глобальні та центральні системи резервування та бронювання, інтеграція мережі Інтернет). Даний вектор розвитку туризму підкріплювався поширенням соціальних мереж, а також перехід до мобільного туризму як результат мобільності туристичної інформації та споживачів туристичних послуг.

Отже, доцільно зробити висновок, що інтерактивні та smart-технології спрямовані на задоволення потреб туристів шляхом об'єднання інформаційних комунікаційних технологій з інноваціями в туризмі, що має на меті підвищити якість обслуговування, створити інтерактивну платформу, що міститиме інформацію стосовно туристичних ресурсів, відомостей про суб'єкти туристичної діяльності. Мережа Інтернет та відповідні інтерактивні технології на сьогоднішній день є основним інструментом для прийняття рішень стосовно напрямку туристичної поїздки, засобах та способах пересування, місцях розміщення, харчування та організації дозвілля.

Перелік літературних джерел:

1. Koo, C., Gretzel, U., Hunter, W. C., & Chung, N. (2015). The role of IT in tourism. *Asia Pacific Journal of Information Systems*, 25(1), 99–104.

2. Law, R., Buhalis, D., & Cobanoglu, C. (2014). Progress on information and communication technologies in hospitality and tourism. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 26(5), 727–750.

3. Мельниченко С.В. Інформаційні технології в туризмі : теоретичні та практичні аспекти / С.В. Мельниченко // Вісник Запорізького національного університету. – 2010. – № 2 (6). – С. 129-138.

4. Туник О.М. Smart-туризм: новітні технології та виклики сучасності: матеріали VI Міжнародної науково-теоретичної конференції молодих учених, аспірантів, студентів «Творчий пошук молоді – курс на ефективність», (Хмельницький, 25 лютого 2015 р.). – ХКТЕІ. – С.401-402.

5. Zhejiang (pp. 1028–1031). Вакісі, Т., Almirall, E., & Wareham, J. (2013). A smart city initiative: The case of Barcelona. *Journal of the Knowledge Economy*, 4(2), 135–148.

6. Su, K., Li, J., & Fu, H. (2011). Smart city and the applications. *Proceedings of 2011 International Conference on Electronics, Communications and Control (ICECC)*.

7. Електронний ресурс. – Режим доступу: <http://www.visitkyiv.travel/kyivpass>.
– Заголовок з титулу екрану.

8. Електронний ресурс. – Режим доступу: <http://nv.ua/techno/gadgets/umnyj-turizm-kak-poslednie-tehnologicheskie-novinki-mogut-izmenit-zhizn-puteshestvennikov-92128.html>. – Заголовок з титулу екрану.

9. Електронний ресурс. – Режим доступу: http://tvoemisto.tv/news/google_zapustyv_onlaynekskursii_pyatdesyatma_muzeyam_u_svitu_80876.html. – Заголовок з титулу екрану.

10. Електронний ресурс. – Режим доступу: <https://zruchno.travel/Static/AboutUs?lang=ua>]. – Заголовок з титулу екрану.