

ЗАСТОСУВАННЯ ЦИФРОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ ДЛЯ РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНОЇ ІНДУСТРІЇ У ПІСЛЯВОЄННИЙ ПЕРІОД

*Володимир Мотика,
магістрант II-го курсу спеціальності 242 Туризм
Владислав Мінський,
бакалавр I-го курсу спеціальності 014.09 Середня освіта (Інформатика)*

Війна має великий вплив на індустрію туризму, проте з розвитком технологій і новими тенденціями з'являється багато можливостей для розвитку індустрії туризму в післявоєнний період. І цифрова трансформація є одним із трендів, який можна застосувати для розвитку туристичної галузі у післявоєнний період. Індустрія туризму може використовувати цифрові технології для покращення туристичного досвіду, оптимізації діяльності та просування регіону серед глобальної аудиторії [4].

Цифрова трансформація може включати використання мобільних додатків для туристичних послуг, віртуальну реальність для віддалених напрямків і платформ онлайн-бронювання, які пропонують зручність і легкість для туристів. Використовуючи цифрові технології, індустрія туризму може залучити більше технічно підкованих туристів, а також підвищити операційну і економічну ефективність [1].

Віртуальна реальність (VR) – це інноваційна технологія, яка може бути застосована для розвитку індустрії туризму в післявоєнний період. VR може дозволити туристам відчувати місце призначення більш захоплюючим способом, без необхідності фізичної подорожі. Це може бути особливо корисним для напрямків, які сильно постраждали від війни або наразі небезпечні для відвідування. VR може запропонувати туристам унікальний інтерактивний досвід, який може продемонструвати красу та культурну спадщину регіону. Це може залучити більше туристів і збільшити впізнаваність регіону в глобальному масштабі.

Доповнена реальність (AR) — це одна технологія, яку можна застосувати для розвитку туристичної галузі після війни. AR може покращити туристичний досвід, додавши цифрову інформацію та віртуальні об'єкти до реального середовища. AR можна використовувати для створення інтерактивних путівників, які надають туристам інформацію про історію та культуру регіону. Це може підвищити освітню цінність туристичного досвіду, а також забезпечить більш привабливий і захоплюючий досвід для туристів.

Мобільні додатки також можна використовувати для розвитку туристичної галузі після війни. Мобільні додатки можуть надати туристам

широкий спектр послуг, включаючи системи бронювання та оплати, місцевих гідів та туристичну інформацію. Мобільні програми можна налаштувати, щоб надати туристам персоналізований досвід, який відповідає їхнім індивідуальним потребам і вподобанням. Це може підвищити зручність і легкість туристичного досвіду, а також забезпечить платформу для просування регіону серед глобальної аудиторії [5].

Маркетинг у соціальних мережах можна використовувати для розвитку індустрії туризму після війни. Платформи соціальних медіа можуть забезпечити рентабельний і ефективний спосіб охоплення глобальної аудиторії та реклами регіону серед потенційних туристів. Маркетинг у соціальних мережах може передбачати використання візуального контенту, наприклад фотографій і відео, для демонстрації краси та культурної спадщини регіону. Це також можливо використовувати, коли популярні впливові особи соціальних мереж рекламують регіон своїм підписникам.

Сучасний цифровий туризм слід розуміти як концепцію, що базується на постійному і систематичному застосуванні цифрових технологій у створенні додаткової цінності туристичного досвіду для користувачів. Впровадження цифрових технологій в післявоєнному відновленні індустрії туризму повинно дозволити не тільки спростити та пришвидшити окремі туристичні процеси та процедури, а і підвищити конкурентоспроможність галузі, забезпечити сталий її розвиток та інтеграцію до післявоєнного життя суспільства та економіки [8].

Одним із важливих завдань для швидкого післявоєнного відновлення й розвитку внутрішнього та в'їзного туризму є створення умов для формування туристичної екосистеми, яка має об'єднати всіх учасників ринку на онлайн-платформі для формування кращого клієнтського досвіду, інтегрованої із зовнішніми джерелами даних і соціальними платформами. На базі платформи можуть бути розроблені різні блоки, сервіси, мобільні програми, в яких будуть реалізовані функції щодо просування туристичного продукту України.

До «найважливіших» цифрових рішень доцільно буде віднести наступні:

- створення туристичного маркетплейсу та централізація зусиль щодо просування комплексного туристичного продукту України;
- впровадження та розвиток мультимовних сервісів допомоги туристам, включаючи інформаційні сервіси, сервіси навігації та самообслуговування, з метою підвищення доступності, якості та привабливості туристичних послуг, зростання ефективності використання цифрових туристичних ресурсів;
- розробка і реалізація цифрової туристичної карти гостя та аналогічного мобільного додатка в різних локаціях та на різних територіях

України (аналог міжнародних карт і додатків для мобільних пристроїв, що дозволяють туристу переміщатися різними видами транспорту, дізнаватися про культурні заходи та події);

- створення та розвиток сервісів доповненої реальності для навігації по містах і об'єктах показу та демонстрації (виставковим центрам, художнім галереям, музеям тощо) для підвищення привабливості туристичних об'єктів та ефективності використання вітчизняних туристичних ресурсів [7].

Слід також зазначити, що у туристичній індустрії Великі дані (Big Data) є однією з найважливіших концепцій, яку потрібно застосовувати у післявоєнний час, оскільки більшість інших індустрій уже використовують їх і отримують плоди. Використання BD дає можливість приймати більш обґрунтовані рішення, дізнаватися більше про клієнтів і конкурентів, покращувати клієнтський досвід і збільшувати дохід. Один з головних способів, за допомогою яких BD впливають на доходи в індустрії туризму, полягає в тому, що вони дозволяють підприємствам визначати, що саме привертає туристів до конкретного місця або виду відпочинку, і відповідно підлаштовувати свої пропозиції [2].

Таким чином, вплив цифровізації позначається на зростанні конкуренції в туризмі, прискоренні глобалізації, зміні споживчої поведінки туристів. Також у контексті відбудови сфери туризму в Україні варто опиратись на досвід інших країн, які ефективно відбудували індустрію туризму після кризових ситуацій, в тому числі війн.

Список використаних джерел

1. Артеменко О.І., Пасічник В.В., Єгорова В.В. Інформаційні технології в галузі туризму. Аналіз застосувань та результатів досліджень. Вісник Національного університету «Львівська політехніка». Серія: Інформаційні системи та мережі. 2015. № 814. С. 3–22.

2. Баженова С., Пологовська Ю., Бикова М. Реалії розвитку туризму в Україні на сучасному етапі. Наукові перспективи. 2022. № 5(23). С. 168–180.

3. Грод І., Поплавська І. Теоретичні аспекти застосування сучасних ГІС // Тенденції та перспективи розвитку науки і освіти в умовах глобалізації : матеріали Міжнародної науково-практичної інтернет-конференції. Переяслав, 2022. Вип. 83. С. 100-102.

4. Матеріали робочої групи «Відновлення та розбудова інфраструктури». URL: <https://www.kmu.gov.ua/diyalnist/nacionalna-rada-z-vidnovlennya-ukrayini-vid-naslidkiv-vijni>.

5. Моца А., Шевчук С., Серода Н. Перспективи післявоєнного відновлення сфери туризму в Україні. Економіка та суспільство. 2022. No 41. DOI:<https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-41-3>.
6. Носирев О., Деділова Т., Токар І. Розвиток туризму та індустрії гостинності в стратегії постконфліктного відновлення економіки України. Соціально-економічні проблеми і держава. 2022. Вип. 1 (26). С. 55–68.
7. Помаза-Пономаренко А.Л. Розвиток туризму в Україні у воєнний та післявоєнний періоди. Вчені записки ТНУ імені В.І. Вернадського. Серія : Публічне управління та адміністрування. 2022. Том 33 (72). No 5. DOI: <https://doi.org/10.32782/TNU-2663-6468/2022.5/02>
8. Khatri I. Information Technology in Tourism & Hospitality Industry: A Review of Ten Years' Publications. Journal of Tourism & Hospitality Education 2019. No 9. P. 74–87.
9. Tsviliy S., Vasylychev D., Gurova D. Innovative potential of the tourist territory in the strategy of sustainable development of the domestic region. Trends, prospect and challenges of sustainable tourism development: monograph. Lviv: Lviv trade and economic association. university, 2020. P 51–66.