

УДК 338.486.1:001.895:004.9
DOI <https://doi.org/10.32782/1992-5786.2024.92.39>

І. М. Шоробура

доктор педагогічних наук, професор,
професор кафедри педагогіки, ректор
Хмельницької гуманітарно-педагогічної академії

О. П. Біницька

кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри менеджменту освіти та педагогіки вищої школи
Хмельницької гуманітарно-педагогічної академії

О. О. Долинська

доктор філософії,
доцент кафедри туризму, теорії і методики фізичної культури та валеології
Хмельницької гуманітарно-педагогічної академії

СУЧАСНІ ІНФОРМАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ В ТУРИЗМІ

У статті розкрито сучасні інформаційні технології в туризмі. Показано їх сутність, значення, особливості, напрями реалізації. Зокрема зазначено, що інформаційні технології в туризмі – це система методів і способів передачі і обробки інформації на основі використання технічних засобів, інформаційно-комунікаційних технологій при управлінні підприємствами сфери туризму. Ці засоби використовуються у співпраці з постачальниками, в обслуговуванні клієнтів, органами державної влади тощо.

Підкреслено, що інформаційні технології в туризмі застосовуються при онлайн-бронюванні та пошуку, як мобільні додатки, віртуальна реальність, соціальні мережі та інші. Зокрема, при онлайн-бронюванні є можливість миттєво обирати готелі, авіаквитки, транспорт, тури, а туристи можуть легко порівнювати ціни, переглядати фотографії та відгуки інших користувачів, що дає можливість туристам ефективно планувати свої маршрути, враховуючи бюджет, і забезпечує швидкий доступ до актуальної інформації про послуги та їх характеристики. Підкреслено, що мобільні додатки для бронювання дозволяють забронювати і оплатити послуги просто зі смартфона.

Приділена увага технології віртуальної реальності, яка дає можливість туристам зануритися в віртуальний світ, що сприяє відчуттю атмосфери та особливості місць, які вони планують відвідати. Віртуальні тури та екскурсії дозволяють користувачам у домашніх умовах «відвідати» визначені об'єкти музеїв, природних заповідників, що особливо корисно для тих, хто хоче перед від'їздом познайомитися з екскурсією або для осіб з особливими потребами.

Відзначено, що з розвитком інформаційних технологій туристична галузь зазнала значних змін, відкриваючи нові можливості для маркетингу та покращення досвіду подорожей. Сучасні напрями інтернет-маркетингу в туризмі визначають нові стандарти взаємин між туристами та компаніями.

Підкреслено, що використання інформаційних технологій, штучного інтелекту, автоматизації та аналітики даних дозволяє покращити якість обслуговування, ефективніше реагувати на потреби клієнтів, забезпечуючи персоналізований та високоякісний сервіс. Застосування інформаційних технологій дозволяє перевершити очікування клієнтів, забезпечуючи вагому конкурентну перевагу.

Визначено, що ці технології, новаторські підходи допомагають розширювати горизонти для туристичних компаній, а також залучати нових туристів та пропонувати нові продукти, що стає важливим стимулом для росту бізнесу.

Ключові слова: інформаційні технології, туризм, мобільні додатки, віртуальна реальність, соціальні мережі, інтернет-маркетинг.

Постановка проблеми. Початок третього тисячоліття ознаменувався формуванням нового економічного середовища, що базується на знаннях. Готовність країни сприйняти цей виклик часу забезпечується її спроможністю до створення нових наукових знань і втілення їх у життя, тобто до інноваційного розвитку. Нові технології допоможуть Україні подолати нинішнє відставання майже за всіма параметрами якості життя та вийти на позиції високотехнологічної держави у світі.

Цю парадигму визнали зараз в Україні як пріоритетну: саме інноваційний розвиток дасть імпульс динамічним функціональним і структурним змінам в економіці, розвитку виробництва України.

Інформаційні технології в туризмі є одним із ключових факторів успіху для підприємств цієї сфери, які реалізуються на вищому рівні керівництва компанії. Їхньою метою є забезпечення розвитку основних напрямів науково-технічної і виробничої діяльності підприємства. Інноваційні

технології зумовлюють створення необхідних умов для сталого функціонування туристських підприємств, спрямованих на забезпечення конкурентоспроможності туристських послуг на рівні міжнародних стандартів, розроблення та запровадження інноваційного туристського продукту, формування знань щодо новітніх механізмів та методів управління міжнародними та вітчизняними підприємствами сфери туризму [1].

Аналіз досліджень і публікацій. Вирішення вищезазначених завдань базується на дослідженнях сучасних інформаційних технологій, їх застосуванні на різних стадіях розвитку туристичного продукту та аналізу вітчизняного туристичного бізнесу в цілому. Проблеми інформаційних технологій і напрямів їх застосування в туристичній сфері та процеси інформатизації суспільства стали предметом дослідження в працях таких вчених, як: О. Ахмедова, А. Бондаренко, В. Брижко, В. Василенко, Н. Вінер, С. Галасюк, О. Гальченко, С. Данілін, Н. Зайцева, О. Кармінський, В. Касьяненко, О. Краєва, Н. Кустова, О. Малиновська, Л. Мельник, Н. Новосад, А. Орлов, О. Паршина, Т. Писаревська, М. Румянцев, В. Ситник, Г. Титаренко, М. Хеллгрэн, Дж. Ходжсон, Ю. Хотунцев, О. Щедрін та ін. [2].

Дослідження щодо використання новітніх інформаційних технологій у діяльності підприємств туристичної сфери і туризмі в цілому здійснювали: В. Балута, О. Бейдик, В. Гаврилов, М. Єфремова, І. Калашников, Ю. Миронов, М. Морозов, Н. Плотнікова, М. Робсон, М. Скопень, А. Шлевков, С. Чупров та інші [5].

Мета статті – розкрити особливості використання інформаційних технологій в туризмі, визначення їх сутності, напрямів, шляхів реалізації.

Виклад основного матеріалу дослідження. Інформаційні технології в туризмі – це система методів і способів передачі і обробки інформації на основі використання технічних засобів, інформаційно-комунікаційних технологій при управлінні підприємствами сфери туризму. Ці засоби використовуються у співпраці з постачальниками, обслуговуванні клієнтів, органами державної влади тощо.

Інформаційні технології в туризмі сприяють створенню та просуванню туристичного продукту, підвищенню ефективності управління підприємством, якості обслуговування клієнтів, а також створенню нових послуг та їх реалізації.

Інформаційні технології в туризмі застосовуються при онлайн-бронюванні та пошуку, як мобільні додатки, віртуальна реальність, соціальні мережі та інше. При онлайн-бронюванні є можливість миттєво обирати готелі, авіаквитки, транспорт, тури та інше. Туристи можуть легко порівнювати ціни, переглядати фотографії та відгуки інших користувачів, щоб зробити свій вибір. Це дає можливість туристам ефективно планувати

свої маршрути, враховуючи бюджет, і забезпечує швидкий доступ до актуальної інформації про послуги та їх характеристики. Мобільні додатки для бронювання дозволяють забронювати і оплатити послуги просто зі смартфона [5].

Пошукові системи в туризмі спрямовані на визначення актуальних варіантів для подорожей, швидкого знаходження туристами найвигідніших цін на авіаквитки, готелі, тури та інші послуги.

Алгоритми цих систем аналізують величезну кількість даних для надання користувачам оптимальних пропозицій, що роблять подорожі більш доступними та зручними, а також надає туристам безліч варіантів для вибору та персоналізації своїх мандрів.

Пошукові фільтри дозволяють користувачам точно визначити свої уподобання та обмеження, а інтеграція карт та відгуків надає повну картину про обрані місця та послуги.

Розробка мобільних додатків у сфері туризму сприяє індивідуальному плануванню подорожі. Ці додатки мають функції вибору точок інтересу, обговорення маршрутів відповідно до уподобань та обмежень туристів.

Мобільні додатки надають їм можливість отримувати персоналізовані рекомендації про визначні пам'ятки, об'єкти харчування та ін. При цьому враховуються відгуки та рейтинги інших туристів, щоб отримати інформацію, яка найбільше відповідає інтересам конкретного подорожуючого.

Мобільні додатки стають віртуальними гідами, зображення на них, відеоролики та аудіогіди допомагають зробити екскурсію максимально насиченою та освітньою.

Ці додатки у туризмі створюють персоналізований досвід подорожей, їх ефективне планування, цікаву та доступну інформацію.

Технологія віртуальної реальності (VR) дає можливість туристам зануритися в віртуальний світ, що сприяє відчуттю атмосфери та особливості місць, які вони планують відвідати. Віртуальні тури та екскурсії дозволяють користувачам у домашніх умовах «відвідати» визначені об'єкти музеїв, природних заповідників. Це особливо корисно для тих, хто хоче перед від'їздом познайомитися з екскурсією або для осіб з особливими потребами [4].

Доповнена реальність (AR) додає віртуальні об'єкти та інформацію до реального оточення користувача. Це може бути відображення інформації про історію архітектурних пам'яток або ресторанів під час прогулянок містом. Також, AR може використовуватися для покращення музейних експозицій та розширення вражень від краси природи.

В цілому, використання VR та AR в туризмі дозволяє туристам здійснювати віртуальні подорожі перед реальним від'їздом, що забезпечує інформаційне та емоційне занурення, для сприяння більш осмисленого та насиченого туристичного досвіду [4].

Важливу роль у туризмі відіграють соціальні мережі та рецензії. Вплив соціальних мереж виявляється в тому, що туристи активно діляться своїми враженнями з подорожей у різноманітних соціальних мережах, зокрема у таких як Facebook, Instagram, Twitter та інші. Це унікальний туристичний простір для обміну враженнями та рекомендаціями щодо конкретних місць відпочинку. Це фотографії, відео, відгуки, що надає користувачам можливість вибрати свою майбутню подорож. У туристичній сфері також активно використовуються системи автоматизації для ефективного управління та надання послуг. Готелі, туристичні агентства та інші підприємства використовують спеціалізовані програмні продукти для автоматизації процесів бронювання, обліку гостей, управління запасами тощо. Це сприяє покращенню якості обслуговування туристів.

Інформаційні технології сприяють суттєвим змінам у туристичній галузі, надають туристам більше контролю, доступності та індивідуалізації в їхніх подорожах.

Завдяки інформаційним технологіям туристи мають можливість вибирати серед мережі готелів, ресторанів та транспорту через онлайн-платформи. Перегляд відгуків та оцінок інших користувачів дозволяє зробити свідомий вибір. Мобільні додатки забезпечують можливість бронювання та купівлі миттєво, зручно та швидко.

Інформаційні технології, зокрема онлайн-карти, віртуальні тури та блоги подорожей надають туристам можливість ознайомитися з місцем призначення, переглянути визначні об'єкти та отримати враження до початку подорожі.

Впровадження віртуальної та аугментованої реальності в туризм спрямовує користувачів «відвідати» місця віртуально через спеціальні пристрої чи мобільні додатки. Це забезпечує високий рівень іммерсії та допомагає у подальшому виборі подорожей [3].

Синхронізація та ефективна комунікація в туристичних групах полегшуються завдяки мобільним додаткам, що дозволяють координувати дії та отримувати оновлення в режимі реального часу, особливо під час групових подорожей.

Значущим інструментом для туристів стали соціальні мережі та платформи відгуків. Туристи не лише оцінюють, але й залишають детальні відгуки про свої враження від подорожей. Це надає іншим користувачам важливу інформацію для вибору найкращих варіантів. Публікація вражень і рекомендацій від інших стали корисним ресурсом для інших подорожуючих.

Інформаційні технології суттєво змінили туризм на більш індивідуалізований, доступний, захоплюючий, вони допомагають туристам отримати максимум від своїх подорожей.

З розвитком інформаційних технологій туристична галузь зазнала значних змін, відкриваючи нові можливості для маркетингу та покращення досвіду подорожей. Сучасні напрямки інтернет-маркетингу в туризмі визначають нові стандарти взаємин між туристами та компаніями.

Зокрема, це віртуальна реальність та 360-градусні тури, за допомогою яких туристи можуть віртуально відчувати атмосферу обраних місць ще до виїзду, що полегшує планування подорожей та вибору місць для відвідування.

Важливим напрямом є посилення соціальної присутності для просування туристичних брендів. З використанням Instagram, Pinterest та Facebook компанії не лише діляться своєю унікальною історією, але й взаємодіють з аудиторією, створюючи емоційний зв'язок [6].

Також одним з напрямів є персоналізований маркетинг, створення індивідуальних пропозицій для кожного туриста, надаючи персоналізовані тури, знижки та послуги. Створення інтерактивних тестів та ігор також допомагає аудиторії та створює взаємодію, роблячи процес вивчення туристичної інформації більш захоплюючим.

Напрямок інфлюенс-маркетингу у туризмі допомагає співпрацювати з впливовими особами, які діляться своїми враженнями від подорожей, що підвищує рейтинг туристичного бренду.

Ці напрямки дозволяють туристичній галузі бути більш інтерактивною та персоналізованою, створюючи унікальний досвід для кожного подорожуючого.

Сучасний бізнес і туристична галузь, як частини економічного ландшафту, стикаються з постійними змінами та викликами. Одним із ключових факторів, який може значно вплинути на їхній успіх, є використання інновацій, сучасних інформаційних технологій. Це стало необхідністю, щоб вижити і процвітати в умовах конкуренції та швидкозмінних тенденцій [1].

Сучасна туристична галузь переживає суттєві трансформації завдяки інформаціям, інформаційним технологіям. Впровадження нових технологій та креативних підходів стало необхідністю для того, щоб виходити за рамки стандартних рішень та привертати увагу сучасних туристів.

Висновки і пропозиції. Інформаційні технології дозволяють туристичним компаніям створювати унікальні та неповторні пропозиції для подорожуючих, розробляти нові маршрути, надавати ексклюзивні послуги, що робить подорожі більш цікавими та захоплюючими.

Використання інформаційних технологій, штучного інтелекту, автоматизації та аналітики даних дозволяє покращити якість обслуговування, ефективніше реагувати на потреби клієнтів, забезпечуючи персоналізований та високоякісний сервіс.

Застосування інформаційних технологій дозволяє перевершити очікування клієнтів, забезпечуючи вагому конкурентну перевагу.

Ці технології допомагають розширювати горизонти для туристичних компаній. Шляхом впровадження новаторських підходів та використання різноманітних технологій можна залучати нових туристів та пропонувати нові продукти, що стає важливим стимулом для росту бізнесу.

Інформаційні технології у туризмі – це стратегія та утримання успіху в галузі. Вони надають туристичним компаніям засоби для найкращого задоволення потреб клієнтів, створення неповторних вражень від подорожей.

Перспективи подальших розвідок щодо сучасних технологій в туризмі ми вбачаємо у проектуванні моделі впровадження цих технологій в туристичну сферу та апробація її здобувачами туристичної освіти в процесі практики.

Список використаної літератури:

1. Ахмедова О. О. Можливості використання світового досвіду розвитку інновацій у сфері туризму в Україні. *Вісник Харківського наці-*

онального університету ім.Каразіна. 2018. № 1. С. 32–37.

2. Бабарицька В. К., Малиновська О. Ю. Менеджмент туризму. Туроперейтинг. Понятійно-термінологічні основи, сервісне забезпечення тур. продукту. Київ : Альтерпрес, 2014. 288 с.
3. Бейдик О. О., Новосад Н. О. Фактори формування туристичних регіонів і центрів в'їзного туризму України. *Проблеми міжнародного туризму*: зб. наук. праць. Київ : ППНВ, 2010. С. 285–299.
4. Віртуальна екскурсія як інноваційний метод лінгвокраїнознавчої підготовки майбутніх фахівців туристичної сфери. *Наукові записки Національного університету «Острозька академія»*. Сер. : Філологічна. 2013. Вип. 33. С. 312–315.
5. Гаврилов В.П. Інформаційні системи і технології в туризмі: навч. посіб. Харків: ХНЕУ ім. С. Кузнеця, 2016. 168 с.
6. Галасюк С.С., Нездоймінов С.Г. Організація туристичних подорожей та екскурсійної діяльності: навч. посіб. К.: «Центр учбової літератури», 2019. 178 с.

Shorobura I., Binytska O., Dolynska O. Modern information technologies in tourism

The article describes modern information technologies in tourism. It shows their essence, importance, features, directions of realization. In particular, it is noted that information technology in tourism is a system of methods and ways of transmitting and processing information through the use of technical means, information and communication technologies in the management of tourism enterprises. These tools are used in cooperation with suppliers, in customer service, public authorities, etc.

It is emphasized that information technologies in tourism are used in online booking and search, such as mobile applications, virtual reality, social networks, etc. In particular, when booking online, it is possible to instantly choose hotels, airline tickets, transport, tours, and tourists can easily compare prices, view photos and reviews of other users, which allows tourists to effectively plan their routes, taking into account the budget, and provides quick access to up-to-date information about services and their characteristics. It is emphasized that mobile booking applications allow you to book and pay for services directly from your smartphone.

Attention is paid to virtual reality technology, which allows tourists to immerse themselves in the virtual world, helping them to feel the atmosphere and features of the places they plan to visit. Virtual tours and excursions allow users to "visit" certain objects of museums and nature reserves at home, which is especially useful for those who want to get acquainted with the tour before leaving or for people with special needs.

It is noted that with the development of information technology, the tourism industry has undergone significant changes, opening up new opportunities for marketing and improving the travel experience. Modern trends in Internet marketing in tourism define new standards for the relationship between tourists and companies.

It is emphasized that the use of information technology, artificial intelligence, automation and data analytics can improve the quality of service, respond more effectively to customer needs, providing personalized and high-quality service. The use of information technology allows to exceed customer expectations, providing a significant competitive advantage.

It is determined that these technologies and innovative approaches help to expand the horizons for travel companies, as well as to attract new tourists and offer new products, which becomes an important incentive for business growth.

Key words: *information technology, tourism, mobile applications, virtual reality, social networks, Internet marketing.*