УДК 338.48.7.0.004.9

Станкова М.[1], Зацепіна Н.О.[2]

[1]турагенство «Zita travel», м. Бургас, Болгарія

[2]канд. пед. наук, доцент, НУ «Запорізька політехніка», м. Запоріжжя

АНАЛІЗ ВПЛИВУ ТЕХНОЛОГІЙ РОЗУМНОГО ТУРИЗМУ НА ВРАЖЕННЯ ТУРИСТІВ

Останні роки під впливом глобальних подій відбуваються серйозні зміни в світовій туристичній галузі. Така ситуація посилює потребу впровадження розумних туристичних технологій (РТТ) для задоволення очікувань мандрівників, які б сприяли покращенню вражень відвідувачів та їхніх уподобань, особливо після пандемії COVID-19. Тому стає необхідним розуміння ролі цифрових досягнень у впливі на вибір подорожей та задоволення туристів.

Після значного спаду туристичний сектор демонструє впевнене відновлення, при цьому прогнозується, що внутрішні подорожі перевищать допандемійний рівень до кінця 2025 року, а глобальні подорожі вже повністю відновилися у 2024 році. Це значно пов’язано з цифровою трансформацією в туризмі, інтеграцією технологій у весь процес подорожі – від планування до вражень. Інтернет речей, мобільний зв’язок, штучний інтелект та віртуальна реальність – це різні технології розумного туризму (РТТ), які набули популярності для підвищення ефективності, сталого розвитку та вражень

відвідувачів. Після пандемії вподобання мандрівників також зміщуються в бік безпеки, гігієни, сталого розвитку та унікального досвіду. Тому необхідно подолати прогалину в розумінні того, як РТТ впливають на враження та вподобання мандрівників.

Розумний туризм означає використання передових ІКТ, таких як Інтернет речей, мобільний зв'язок, хмарні обчислення, штучний інтелект, віртуальна реальність, для покращення туристичного досвіду. Це також корисно для покращення управління ресурсами, максимізації конкурентоспроможності туристичного напрямку та сприяння сталому розвитку туризму. Технологічно вбудована інфраструктура, адаптивні процеси, доступні пристрої кінцевих користувачів та активна залученість зацікавлених сторін – це різні ключові атрибути для цієї мети. Еволюція туристичних маршрутів виходить за рамки ефективності та безпосередньо впливає на задоволення клієнтів та персоналізацію. Таким чином, це робить їх вирішальними в сучасну епоху, коли мандрівники шукають змістовного досвіду. Останнім часом туристичні маршрути стали невід'ємною частиною спільного створення туристичного досвіду та конкурентної диференціації.

Ключовими технологіями розумного туризму та їх застосування стали:

– мобільні додатки (інформація в режимі реального часу, GPS, бронювання, переклад, персоналізовані послуги);

– доповнена реальність (AR) – накладання цифрової інформації на ображення реального світу;

– віртуальна реальність (VR) – захоплюючі симульовані середовища;

– штучний інтелект (ШІ) – машинне навчання, НЛП, прогнозна аналітика, чат-боти;

– Інтернет речей (IoT) – взаємопов'язані пристрої, збір даних за допомогою датчиків;

– аналітика великих даних (обробка великих наборів даних, виявлення закономірностей).

Туризм – це насичений особистий досвід, що визначається взаємодією між мандрівником і місцем. Це більше, ніж просто відвідування, це активна взаємодія з культурами, середовищем та історіями. Він пробуджує емоції, почуття та думки. Використання технологій у туризмі, таких як віртуальні тури, покращує занурення мандрівників у яскраві контексти, поєднуючи «автентичні» культурні моменти з цифровими інноваціями. Але віртуальний досвід перевершує візуальні можливості та не дотягує до фізичних відчуттів. Отже, майбутні технології повинні розвиватися, використовуючи тактильний зворотний зв'язок для створення повністю захопливих, мультисенсорних пригод. Багато мандрівників надають пріоритет безпеці, гігієні та безконтактним послугам у туризмі після пандемії COVID-19. Спостерігається зростання кількості преміальних варіантів проживання та окремих вілл. «Подорожі-помста» стимулюють внутрішній відпочинок на природі, а попит на сталий туризм зріс на 83%, що робить його життєво важливим, а прогнозований ринок до 2032 року сягне 8,4 трлн доларів. Мандрівники шукають автентичного, досвідченого туризму через культурне занурення, їжу та спадщину, а не традиційні пам'ятки. Використання штучного інтелекту зростає для персоналізованого планування подорожей.

За допомогою інформації на різних веб-джерелах були визначені уподобання сучасних мандрівників після пандемії:

– частота подорожей – 53% мандрівників планують відпочинок влітку 2025 року (порівняно з 48% у 2024 році);

– частота поїздок – збільшення частоти, багато хто додає більше коротких поїздок;

– прогнозоване зростання бюджету на подорожі – середнє зростання на 13% у річному обчисленні (станом на початок вересня 2025 року);

– сталий розвиток подорожей – 83% мандрівників у всьому світі вважають це життєво важливим;

– збільшене бажання подорожувати сталим шляхом – 61% кажуть, що пандемія посилила бажання подорожувати більш екологічно;

– використання штучного інтелекту в плануванні подорожей – 19% мандрівників використовували штучний інтелект за останні 6 місяців (станом на серпень, порівняно з 14% у лютому);

– ймовірність використання штучного інтелекту в майбутньому – 34% мандрівників, ймовірно, використовуватимуть штучний інтелект для наступної поїздки;

– внутрішні подорожі перевищать допандемічний рівень до кінці 2025 року;

– експериментальний туризм – мандрівники готові витрачати більше на унікальні культурні занурення.

Так, швидке поширення розумних туристичних продуктів змінило поведінку туристів та стимулювало їхню задоволеність. Сучасні туристичні маршрути прагнуть покращити враження мандрівників, завдяки технологіям, які впливають на покращення туристичних пропозицій та сенсорну взаємодію. Наприклад, аналітика на основі штучного інтелекту дозволяє створювати індивідуальний досвід, розуміючи вподобання клієнтів. Віртуальний туризм та доповнена реальність (AR) стали практичними альтернативами. Поза кризою розумні туристичні технології фундаментально змінюють туристичні потреби та ціннісні пропозиції, перетворюючи галузь на стійку, орієнтовану на дані та споживача модель, де персоналізація та захопливий досвід є стандартом. Безконтактні послуги, які забезпечуються РТТ, вирішують проблеми безпеки та гігієни, підвищуючи довіру мандрівників. Наприклад, «Концепції блакитного океану» високоцінного, недорогого туризму на основі віртуальної реальності відповідають перевагам індійських мандрівників щодо доступності та пригод.

Так, аналіз показує значний зсув серед туристів після пандемії в бік технологій, безпеки та досвіду подорожей. Помічено, що РТТ, такі як мобільні додатки, рекомендації на основі штучного інтелекту та віртуальна/доповнена реальність, корисні для туристів для підвищення їхньої персоналізації, доступності та загального задоволення. Післяпандемічні вподобання демонструють сильну схильність до вітчизняного, сталого та автентичного

культурного досвіду, що забезпечується цими розумними технологіями. Потрібно підкреслити, що стратегічні інвестиції в цифрову інфраструктуру, персоналізоване надання послуг та ініціативи сталого туризму сприятимуть задоволенню зростаючих потреб сучасних мандрівників.

Список використаних джерел:

1. Deloitte. Right-sized American summer : 2025 Deloitte summer travel survey. URL : https://www.deloitte.com/us/en/insights/industry/transportation/2025-summer-leisure-travel-trends.html.

2. Madden Media. (2024, November 5). What percentage of travelers use AI in their booking process. URL : https://maddenmedia.com/what-percentage-of-travelers-use-ai-in-their-booking-process/.

3. Ministry of Tourism, Government of India. Research & Analytics. URL : https://tourism.gov.in/market-research-and-statistics.