

СЕКЦІЯ «ІНФОРМАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ В ТУРИЗМІ»

УДК 379.851:004.9

Морозов Д.М.

канд. техн. наук, доц. НУ «Запорізька політехніка»

ОСОБЛИВОСТІ УПРАВЛІННЯ ТУРИСТСЬКИМИ СИСТЕМАМИ В УМОВАХ ЦИФРОВОЇ ЕКОНОМІКИ

Впровадження цифрових технологій в усі сфери діяльності призводить до глибоких трансформацій бізнес-процесів і, як наслідок, до змін в системах управління туризмом на всіх рівнях. Особливу значущість має вплив цифровізації на зміну споживчого попиту і поведінки, інформаційний супровід, в якому б містилася уся необхідна для мандрівника інформація. Впровадження інноваційних технологій кардинально міняють бізнес-процеси у сфері туризму. До таких нових напрямів цифрового розвитку туризму відносяться технології блокчейн, що реалізують розподілену базу даних, в якій пристрої зберігання даних не підключені до загального сервера. У найближчій перспективі технології блокчейн використовуватимуть онлайн тревел-агентства, метапошукові системи, GDS, авіакомпанії, що приведе до кардинальної зміни бізнес-процесів в сфері туризму.

Відмітною особливістю туристського бізнесу в умовах цифровізації є особлива важливість інформаційної складової, велика кількість і різноманітність інформаційних потоків, яка супроводжується необхідністю постійної актуалізації, високою швидкістю обмінних інформаційних операцій між усіма суб'єктами бізнесу. Особливе місце займає інформація, призначена для кінцевих користувачів (туристів), оскільки саме цей компонент інформаційного супроводу туристської діяльності грає ключову роль при визначенні туристської привабливості і виборі туристів. Це обумовлено специфічними рисами туристського продукту і необхідністю надання максимально вичерпної інформації про туристські дестинації і пропоновані туристські продукти.

Обмін контентом, думками, досвідом і актуальними медіаданими, пошук не лише людей з схожими інтересами, але і самих об'єктів цих інтересів (туризм, спорт і тому подібне) - основні дії користувачів в соціальних мережах, які поступово привели до створення і розвитку тематичних груп і співтовариств компаній і брендів. В умовах широкого поширення цифрових технологій маркетинг в соціальних мережах (SMM, Social Media Marketing) став досить затребуваним інструментом.

Інформаційний супровід туристського бізнесу є сукупністю інформаційної бази даних про туристську діяльність і спеціалізованих

інформаційних технологій, призначених для її обробки, які забезпечують ефективне функціонування туристського бізнесу на різних рівнях управління туризмом.

Якість і актуальність інформаційного супроводу туристського бізнесу безпосередньо впливає на якість туристських послуг, оскільки будь-яка невідповідність або неточність наданої кінцевому користувачеві інформації, наприклад, про засіб розміщення, додаткові послуги може негативно позначитися на тих враженнях і туристському досвіді, які отримує турист. Крім того, в сучасних умовах якість туристського продукту визначається не лише якістю основних послуг, що надаються, але і наявністю і рівнем інформаційно-комунікаційного супроводу.

Нині саме інформаційний супровід бізнесу розглядається як стратегічний ресурс розвитку ділової активності і напрям підвищення конкурентоспроможності в туризмі на усіх рівнях управління. Використання інформаційних технологій підвищує безпеку і якість туристських послуг, оскільки організація, управління і контроль за авіаперевезеннями реалізуються за допомогою електронних систем, що допомагають планувати маршрути і розклад, здійснювати контроль і аналіз проходження польотів, управляти персоналом. У готельних комплексах високий рівень обслуговування неможливо забезпечити без застосування інформаційно-комунікаційних технологій, які реалізують електронне резервування, електронні ключі і інші технології, сприяючи поліпшенню якості обслуговування і що одночасно дозволяють оптимізувати чисельність персоналу. Мережеві інформаційні технології є актуальним і перспективним напрямом розвитку інформаційного супроводу. Вони забезпечують обмін інформацією між окремими користувачами інформаційно-обчислювальних систем, можливість спільного використання розподілених інформаційних ресурсів, отримання довідкової, документальної і іншої інформації з різного роду спеціалізованих інформаційних фондів.

Специфіка формування і реалізації туристського продукту вимагає таких інформаційних систем, які в найкоротші терміни надавали б відомості про доступність транспортних засобів, можливості розміщення туристів, передбачали швидке резервування і бронювання місць, оформлення квитків, рахунків, забезпечення розрахунковою і довідковою інформацією та ін. Крім того, інформаційні технології є необхідним атрибутом гарантії якості надається турист послуга, оскільки кінцевий користувач пред'являє досить високий вимога до інформаційний супровід отримуваний послуга, зокрема, постійний і надійний вихід в інтернет, наявність різноманітних мобільних додатків з туризму і так далі. Це досягне за умови широкого використання в туризмі сучасних комп'ютерних технологій обробки і передачі інформації.

Таким чином, вплив цифровізації позначається на зростанні конкуренції в туризмі, прискоренні глобалізації, зміні споживчої поведінки туристів.