

УДК 338.48

Омельчак Г.В.

ст. викладач кафедри менеджменту та туризму КЗВО «Хортицька національна навчально - реабілітаційна академія» ЗОР, м. Запоріжжя

ВПЛИВ ІННОВАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ НА РОЗВИТОК SMART – ТУРИЗМУ

В наш час відбувається стрімке формування одночасного існування людини у двох реаліях, з величезним впливом саме віртуальної реальності на повсякденне життя [1]. У розвитку соціально-економічного стану України особливу та значну роль відіграє туристична галузь. Основою туристичної галузі є передусім туристична інфраструктура і туристичні послуги [2].

Розумний туризм – це явище, яке міцно ґрунтується на технологіях. У туристичній smart - парадигмі розумні туристичні напрямки розуміються як нова туристична екосистема та інфраструктура. Базуючись на інноваційному, доступному туристичному просторі, об'єднаному з найсучаснішою технологічною інфраструктурою, яка гарантує сталий розвиток території, розумні напрямки сприяють взаємодії туристів та інтеграції в навколишнє середовище та покращують враження відвідувачів від напрямків.

Технології розумного туризму (STT) змінили те, як туристи сприймають напрямки. Інтернет, мобільні пристрої та соціальні медіа дозволили туристичним підприємствам, галузі в цілому і споживачам підключатися, взаємодіяти, створювати та ділитися досвідом у безпрецедентних масштабах. Крім того, споживані туристичні продукти стають дедалі персоналізованими, оскільки туристи взаємодіють із місцем призначення за допомогою портативних і всюдиприсутніх технологічних розробок.

Дослідження туризму підкреслюють роль інформаційно-комунікаційних технологій (ІКТ) у покращенні туристичного досвіду і в основному зосереджуються на їхніх позитивних ефектах. Однак останні дослідження підкреслили потенційно негативні наслідки, такі як проблеми, пов'язані з

приватністю, цифровим розривом в розрізі поколінь, відволіканням і навіть втратою автентичності.

Згідно даних Б.Нейгофер, Д.Бухаліс, А.Ладкін [3], дві основні зміни кардинально змінили природу туристичного досвіду: з одного боку, туристи почали відігравати активну роль у спільному створенні власного туристичного досвіду; з іншого боку, STT все більше впливає на досвід і є ключовим інструментом у створенні насиченішого туристичного досвіду та додавання цінності для споживача. У цьому контексті інтелектуальний туристичний досвід означає використання передових цифрових технологій для підвищення якості та персоналізації досвіду туристичної подорожі. Це включає адаптацію туристичних послуг на основі індивідуальних потреб і переваг туристів, використання інформації в реальному часі для покращення прийняття рішень і забезпечення взаємодії з туристичним середовищем за допомогою мобільних пристроїв та інших цифрових засобів. По суті, використання технологій спрямоване на створення більш привабливого, ефективного та індивідуального досвіду для туристів.

На сьогодні дослідники та практики туризму здебільшого нехтують негативним досвідом і некритично припускають впровадження активного досвіду автоматизованого туризму, розширеного за допомогою технологій. Однак аналіз даних свідчать про те, що надмірне використання технологій може знизити якість досвіду подорожі, створюючи перешкоди для втечі від реальності та «миттєвої психічної відсутності» під час взаємодії туристів онлайн. Намір відвідувачів зберегти спогади за допомогою мобільних пристроїв може перешкодити їм запам'ятати сам досвід. Крім того, гіперзв'язок і обмін досвідом можуть бути шкідливими для задоволення туристів. Туристи розумного туризму можуть ризикувати відчуженням і втратити потенційно збагачуючі враження. U.Gretzel, S.Reino, S. Kopera, C. Koo [4] вказують на кілька негативних емоцій, таких як потенційне когнітивне перевантаження, і з'явилися нові терміни, такі як технострес або технологічний стрес і є потреба для цифрової детоксикації та відключення.

Швидка еволюція Інтернету та ІКТ за останнє десятиліття глибоко змінила подорожі, туризм і те, як туристи отримують різноманітні враження. STT на сьогодні стає базовою інфраструктурою, яка об'єднує апаратне забезпечення, програмне забезпечення та мережі, туристичні послуги та ІКТ для надання даних у реальному часі для сприяння розумнішому прийняттю рішень зацікавленими сторонами. Вони включають різноманітні рішення, такі як інтернет речей (IoT), хмарні обчислення, штучний інтелект, мобільні пристрої та програми, великі дані, Wi-Fi, віртуальна реальність, доповнена реальність, чат-боти, носимі пристрої, QR-коди, польовий зв'язок (NFC), радіочастотна ідентифікація (RFID), соціальні мережі та маяки. Загалом STT охоплюють широкий спектр застосувань, які можуть збагатити досвід туристів, а також створити додаткову цінність. Завдяки розширеному охопленню, корисній інформації, підвищеній гнучкості та підтримці прийняття рішень, STT може сприяти більш безпроблемній та приємній подорожі.

Туристи, як правило, використовують STT, коли відчують, що їх особиста інформація в безпеці. Безпека визначається як безпека персональних даних під час використання STT, серед іншого, попереджають про потенційні ризики конфіденційності, пов'язані з обміном особистими даними, які можуть вплинути на використання інтелектуальних технологій. Занепокоєння щодо безпеки/конфіденційності негативно впливають на туристичний досвід у розумних напрямках.

Список використаних джерел:

1. Михайлик Д.П. Журавльова С.В., Гурова Д. Д., Цвілий С.М., Кукліна Т.С. Технології віртуального інформаційного простору в індустрії гостинності. Science, innovations and education: problems and prospects. Proceedings of the 14th International scientific and practical conference. (August 25-27, 2022). CPN Publishing Group. Tokyo, Japan. 2022. pp. 425-430. URL: <https://sci-conf.com.ua/xiv-mizhnarodna-naukovo-praktichna-konferentsiya-science->

innovations-and-education-problems-and-prospects-25-27-08-2022-tokio-yaponiya-arhiv/.

2. Юхновська, Ю. О. Збалансований розвиток потенціалу туристичної галузі України: теорія, методологія, практика (дисертація). (Doctoral dissertation, Дніпровський національний університет залізничного транспорту імені академіка В. Лазаряна, Дніпро). URL : https://scholar.google.com.ua/scholar?oi=bibs&hl=ru&cites=14570260820878164768&as_sdt=5

3. Б.Нейгофер, Д.Бухаліс, А.Ладкін. Концептуалізація технологій покращує досвід призначення. *Journal of Destination Marketing & Management*, 1(1–2) (2012), С.36–46. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.jdmm.2012.08.001>

4. U.Gretzel, S.Reino, S. Kopera, C. Koo. Smart tourism challenges. *Journal of Tourism*, 16 (1) (2015), pp. 41–47.