

4. Місце та роль туризму в регіональній господарській структурі

Візерська М.С.

ЗАСТОСУВАННЯ НОВІТНІХ ТЕХНОЛОГІЙ В ТУРИЗМІ

Актуальність. В сучасному світі все більшого застосування набувають новітні інтерактивні засоби та інформаційні технології. Впровадження інформаційних систем та технологій значно полегшує господарську діяльність туристичних підприємств. Вони набувають широкого розповсюдження в соціально-культурному сервісі, готельно-ресторанному обслуговуванні, та посідають особливе місце в створенні та просуванні туристичного продукту.

Вивченість у науковій літературі. Дослідженням інформаційних технологій в туризмі, їх маркетингової ролі, особливостей використання інформаційних технологій у процесі туристичного виробництва і обслуговування і ступенем їх впливу на галузь, займаються вітчизняні науковці Басюк О.В., Гарафонова О.І., Глебова А.О., Гуржій Н.М., Гуцол А.В., Заневська Л.Г., Мельниченко С.В., Олійник А.Н., Семенов В.Ф., Татаринцева А.С., Третинко А.В., Умрик М.А., та ін. Більшість досліджень присвячено глобальним дистриб'юторським системам, вивченню функціональних можливостей спеціалізованих комп'ютерних програм та інноваціям в сфері ІТ в туризмі в загальному плані. Мало дослідженими залишаються питання комп'ютерної грамотності спеціалістів туристичної сфери, тенденцій до підвищення мобільності туристичного виробництва і обслуговування, новітніх форм обслуговування з використанням сучасної техніки та мобільних технологій, а також, питання використання ІТ в маркетингових цілях.

Мета статті – вивчення новітніх методів і технологій, що спрощують розробку і надання туристичних послуг, поліпшують їх якість або є їх альтернативою.

Виклад основного матеріалу. Під новітніми технологіями маються на увазі інформаційні технології та технічні засоби. Розглядати їх слід в комплексі, так як для функціонування техніки, простішого її сприймання користувачем та більшої результативності використання необхідні технології, які знаходять своє вираження в програмному забезпеченні та мобільних додатках.

Комп'ютерні технології, або Інформаційні технології (ІТ) – це узагальнена назва технологій, що відповідають за зберігання, передачу, обробку, захист та відтворення інформації з використанням комп'ютерів.

Умовно ІТ, що використовуються на туристичному підприємстві можна поділити на групи:

1. Прикладне програмне забезпечення – комплекс програм, направлений на створення, обробку, зберігання і відтворення користувацької інформації. Призначене для широкого кола користувачів та включає операційну систему, текстові редактори, графічні редактори, електронні таблиці, системи управління базами даних, програми захисту інформації, обчислювальні програми, тощо.

2. Спеціалізоване програмне забезпечення – комплекс програм, що використовується туристичним підприємством для розробки, просування та реалізації послуг та продуктів. Це системи адміністрування готелю, ресторану, глобальні системи бронювання, бухгалтерське програмне забезпечення, тощо. Особливість використання програм даної групи полягає в тому, що для правильної роботи з ними потрібна спеціальна підготовка (навчання). Користування цими програмами та їх обслуговування може бути платним.

Системи комп'ютерного бронювання відносяться до спеціалізованого програмного забезпечення, яке використовується на туристичному підприємстві. Загалом їх можна поділити на дві великі групи: глобальні та спеціалізовані. Глобальні системи мають універсальний профіль та поєднують у собі бронювання авіаквитків, місць в готелі, квитків на інші види транспорту, квитків на культурні заходи. Найбільшими системами на сьогодні є: Amadeus, Galileo, Sabre, Worldspan.

Спеціалізовані модулі бронювання мають вузький напрямок, такий як бронювання місць в готелі або квитків на транспорт, квитків на культурні заходи. Прикладами можуть бути системи:

- tickets.ua, booking.uz.gov.ua, roezd.ua – Інтернет-сайти, що спеціалізуються на продажу залізничних квитків;
- busfor.ua, bus.tickets.ua, autolux.ua – Інтернет-сайти, які займаються розповсюдженням квитків на автобуси;
- karabas.com, parter.ua, concert.ua – системи продажу квитків на культурні події (концерти, театральні вистави);

- hotels.com, booking.com, hotels24.ua – системи бронювання місць в готелі, які на відміну від глобальних систем бронювання, авторизація і користування системами є безкоштовним, а квитки продають без комісії, що робить їх популярними і зручними для споживачів з одного боку, та стимулюють самодіяльний туризм і є не вигідними для тур агентів, адже не пропонують їм заробіток, з іншого;
- iec-expo.com.ua, invitation.kiev.ua – Інтернет-сайти, що пропонують придбання квитків на різноманітні виставки і ділові заходи, інші системи.

Суттєвим недоліком функціонування спеціалізованих систем бронювання є прямий продаж квитків, що виключає туристичні підприємства з ланцюжка виробник послуг – посередник (Туропаратор або турагент) – кінцевий споживач, що може негативно вплинути на розвиток туристичної індустрії в майбутньому.

3. Комунікаційні технології – комплекс програм електронного листування (Microsoft Outlook, Gmail.com, mail.ru, i.ua), відео зв'язку (skype), файлообмінники (ex.ua, fs.to, Google Drive), які дозволяють через мережу Інтернет обмінюватися інформацією, здійснювати телефонний і відео-зв'язок, влаштовувати теле-мости, конференції та наради. Новим кроком у розвитку даного виду технології стало широке розповсюдження мобільних додатків, що називають «месенджерами»: viber, what's up, telegram. Їх поява пов'язана з популяризацією і здешевленням смартфонів та послуг мобільного Інтернету. Дані додатки дозволяють безкоштовно здійснювати дзвінки за кордон та обмінюватися короткими текстовими повідомленнями.

Суттєвого значення набуває окремий вид комунікації – соціальні мережі (Facebook, Instagram). З їх допомогою в туризмі встановлюються партнерські, міжособистісні зв'язки. Крім того, соціальні мережі стали популярною платформою просування, реклами та продажу туристичних продуктів. Менеджери та фірми через особисті сторінки здійснюють зворотній зв'язок зі споживачами, здійснюють підтримку споживачів, пропагують туризм і активний відпочинок як форму змістовного проведення відпочинку, рекламують компанію, діляться інформацією про країни і туризм, викладають цікаві факти про готельне і ресторанне обслуговування, рекламують тури, та, навіть, здійснюють їх продаж. Соціальні мережі набули такого активного використання, що створюються курси і програми з навчання

продажів у соцмережах. Компанії, намагаючись слідувати суспільним трендам, навіть створюють окремі маркетингові стратегії для соцмереж.

4. Мобільні додатки – програми, що розроблені для смартфонів і планшетів на базі операційної системи android, tizen або ios. Їх відмінність від комп'ютерних програм полягає в тому, що вони забезпечують швидкий доступ до багатьох сайтів та ресурсів в будь-якому місці в будь-який час, проте, деякі мають обмежену функціональність. Варто виділити в цій групі мобільний банкінг, додатки від провідних туроператорів, авіакомпаній, QR-сканування кодів для отримання знижок та акційних пропозицій, програми для ко-брендингу.

З виходом на масовий ринок систем безконтактної оплати (PayPass), смартфон став заміняти банківську картку, а сам банк може і не мати фізичного офісу (monobank). Дані технології вже вийшли за межі мобільного банкінгу, сам банк є вже віртуальним.

Щодо інших можливостей, великі торгові майданчики створюють мобільні додатки керування Інтернет-магазином (Prom. Кабінет продавця, OLX.ua Оголошення України), що дозволяють керувати пропозицією продавця у віддаленому режимі. З допомогою описаних компонентів, сучасна людина стає ще більш мобільною і все менше прив'язується до робочого місця, що є безперечним плюсом для туристичної галузі.

Використання ІТ-технологій спрощує виробництво туристичного продукту на всіх етапах. При застосуванні комп'ютерних технологій відпадає потреба безпосередньої присутності працівника підприємства у тій країні, де підприємство буде встановлювати партнерські зв'язки з іншими підприємствами туристичної сфери.

Використовуючи інформаційні технології, будь-яка туристична фірма може комплектувати свої тури за допомогою глобальної мережі Internet. Інформація про конкретну фірму може бути представлена на web-сторінці, сайті-візитці або повномірному сайті, виходячи з бажання і фінансових можливостей фірми.

Окрім того, відпадає потреба в утриманні великої кількості співробітників, адже одна людина, маючи в офісі лише мінімальну кількість устаткування і комп'ютер може успішно вести і розвивати туристичний бізнес.

Технічні засоби, які можуть бути використані туристичним підприємством можна поділити на:

1. Оргтехніка. Під оргтехнікою часто розуміють лише технічні засоби, що використовуються у діловодстві для створення інформаційних паперових документів, їх копіювання, розмноження, обробки, зберігання, транспортування, і кошти адміністративно-управлінської зв'язку. Вона становить матеріальну базу прогресивних систем управління. До неї відносять: монітор, системний блок, клавіатура, навушники, мікрофон, ноутбук, принтер, сканер, плотер.

2. Мультимедійні засоби – пристрої та техніка для демонстрації графічних і відеоматеріалів. Сюди входять електронні рамки для демонстрації фото, проектори, телевізори, мультимедійні дошки.

3. Звукові пристрої – колонки, плеєри та інші засоби для програвання звукових доріжок. Також, сюди можна віднести аудіо-гідів та електронні перекладачі. Із зарубіжного досвіду в сфері маркетингу, доведено, що маніпуляції із звуковим та візуальним супроводженням презентації товару позитивно впливають на рішення про купівлю товару та допомагають ефективніше долати заперечення.

4. Пристрої віртуальної та доповненої реальності – пристрій, що дозволяє частково зануритися у світ віртуальної реальності, який створює зоровий та акустичний ефект присутності в заданому керуючим пристроєм (комп'ютером) просторі. Такі пристрої значним чином можуть вплинути на сферу надання туристичних послуг особам з обмеженими можливостями.

На їх базі вже створюються повноцінні туристичні продукти (аудіо-гиди, віртуальні екскурсії), а в майбутньому, можуть спричинити переверот в туризмі і змінити звичне уявлення про нього.

Справжній бум популярності програм доповненої реальності пов'язаний з виходом мобільної гри PokemonGo. Сутність концепції базується на привнесенні у реальний світ віртуальних елементів за допомогою мобільної техніки. Даний продукт може стати революційним проривом у наданні екскурсійних послуг, та може бути реалізований у вигляді віртуального гіда, віртуальних дороговказів, доповненні музейної експозиції віртуальними об'єктами та реконструкціями.

5. Засоби комунікації – смартфони, планшети, нетбуки. Сучасна людина через мобільні пристрої здійснює велику кількість побутових та робочих

маніпуляції. Дані пристрої давно вийшли за рамки встановлення зв'язку і спілкування. Сучасний смартфон може замінити комп'ютер та має більшість його функцій. Мобільні додатки, що встановлюються на них, на даному етапі свого розвитку хоча і мають дещо обмежений функціонал, проте дають велику кількість можливостей для мобільності користувача.

Висновки. Поширення комп'ютерних інформаційних технологій охоплює все більше сфер людської діяльності, зокрема велику частину виробничої та майже всю невиробничу сфери економіки, а сама індустрія непинно модернізується і змінює напрям руху вдосконалень. Інформаційні технології, призначені, спочатку, для вузького кола споживачів, набули широкого поширення. Нині існує велика кількість різноманітного програмного забезпечення, в тому числі і туристичного. Сучасний фахівець туристичної індустрії має володіти практичними навичками роботи як із програмами загального користування, так і зі спеціалізованими програмами. Технічні засоби, що стали частиною життя сучасної людини, володіють значною функціональністю та надають додаткові можливості як споживачу туристичних послуг, так і їх виробникам. З їх допомогою можна мінімізувати нематеріальність туристичних послуг та значною мірою покращити їх якість.

Інформаційні технології дозволяють ефективно використовувати виробничі та трудові ресурси туристичним підприємством, економити час та кошти на виробництво туристичного продукту. Мережеві ресурси є цінним джерелом інформації, дозволяють встановлювати партнерські зв'язки з іноземними підприємствами, не відвідуючи країну у якій вони функціонують. За допомогою комп'ютерних технологій туристичне підприємство може проводити повний цикл виробництва та реалізації власного продукту. Сучасні підприємства отримують велику кількість інформації, підтримують зв'язки з партнерами, рекламують себе та виконують велику кількість інших операцій через глобальну мережу Інтернет. Саме тому сучасний менеджер з туризму має володіти теоретичними знаннями та практичними навичками застосування комп'ютерних програм та інформаційних технологій не на рівні побутового користування, а бути просунутим користувачем.
