

Сучасні тенденції в інноваціях та їх вплив на туризм

Євгеній Кудряшов

аспірант кафедри управлінських технологій,

ВНЗ «Університет економіки та права «КРОК», м. Київ, Україна,

e-mail: KudriashovYO@krok.edu.ua,

ORCID: 0000-0001-6394-8788

У сучасному світі туризм переживає значні зміни під впливом новітніх технологій та інновацій. Сучасні інноваційні технології стали ключовим фактором впливу на розвиток туризму: штучний інтелект, віртуальна та доповнена реальність, інтернет речей значно змінюють уявлення про туристичний досвід. Ці технології спрощують процес планування та здійснення подорожей, допомагаючи туристам знайти необхідну інформацію, забронювати житло, обрати цікаві розваги та забезпечити загальний комфорт під час туристичного відпочинку.

Відповідно до Закону України «Про інноваційну діяльність» (Верховна Рада України, 2002), інновації – це «новостворені (застосовані) і (або) вдосконалені конкурентоздатні технології, продукція або послуги, а також організаційно-технічні рішення виробничого, адміністративного, комерційного або іншого характеру, що істотно поліпшують структуру та якість виробництва і (або) соціальної сфери» [4]. Інновація виступає як чинник зміни, як результат діяльності, втілений у новий чи удосконалений продукт, технологічні процеси, нові послуги та нові підходи до задоволення соціальних потреб [2].

Стратегії та методи просування туристичних продуктів і послуг постійно еволюціонують, в умовах швидкого розвитку технологій та змін у споживацьких звичках. Основною тенденцією використання інноваційних технологій в туризмі є просування туристичних продуктів і послуг через цифрові технології. Використання соціальних мереж, інтерактивних медіа та віртуальної реальності стають все більш популярними способами привернення уваги споживачів до туристичних продуктів.

Чуєва І. зазначає, що цифрова трансформація також істотно впливає на оптимізацію міської інфраструктури, відкритість послуг для городян і розвиток туристичного бізнесу [5].

Влащенко Н. та Тонкошкур М. обумовлюють цінність інформаційних технологій створюваними ними можливостями збору, аналізу і передавання інформації: куди завгодно, миттєво та з мінімальними витратами [1].

Однією з ключових стратегій є використання соціальних мереж для просування туристичних продуктів. Завдяки геотаргетингу туристичні компанії та організації можуть донести інформацію про свої послуги до цільової аудиторії та інтерактивно взаємодіяти з клієнтами. Важливою є не лише реклама, але також взаємодія з користувачами, створення позитивного іміджу та підвищення зацікавленості до туристичного продукту або дестинації загалом.

У контексті підвищення зацікавленості варто відзначити тенденцію

використання інтерактивних медіа. Це може включати в себе створення інтерактивних турів, відеоекскурсій, онлайн-відгуків та можливість віртуально відчувати атмосферу та зручності обраного туристичного напрямку. Такі методи надають можливість потенційним туристам краще уявити собі свій майбутній відпочинок та відчувати атмосферу туристичної дестинації.

В даний час діяльність з формування, просування та реалізації туристичного продукту неможлива без відповідного інформаційного забезпечення. Органи управління туризмом та туристичні фірми у своїй роботі постійно стикаються із завданнями застосування новітніх технологій, які є необхідною умовою міжнародної інтеграції туристичного бізнесу як інформаційно насиченої сфери [3]. Фактори, які впливають на успішність таких інновацій у маркетингу та рекламі туристичних продуктів, включають якість контенту, рівень інтерактивності та залучення цільової аудиторії. Важливою є також персоналізація пропозицій та підходів до кожного клієнта, а також вчасна реакція на відгуки та запитання користувачів.

Отже, аналіз сучасних тенденцій в інноваціях підтверджує, що технології та нові підходи до туризму суттєво змінюють галузь та сприяють розвитку більш сталого та цікавого туристичного досвіду для подорожуючих. Інноваційні стратегії та методи просування туристичних продуктів, які базуються на використанні соціальних мереж, інтерактивних медіа та віртуальної реальності, можуть значно підвищити ефективність маркетингу та реклами туристичних послуг у сучасному електронному середовищі. Крім того, новітні технології сприяють покращенню комунікації з клієнтами, підвищують безпеку та зручність подорожей, а також сприяють розвитку нових інноваційних продуктів у туризмі. Відповідно, туристичні компанії та органи управління туризмом повинні бути в готовності до впровадження інновацій, щоб задовольнити потреби та очікування сучасних туристів.

Ключові слова: інновації, цифрові технології, сучасні тенденції, туризм.

Список використаних джерел

1. Влащенко Н.М, Тонкошкур М.В. *Інноваційні технології в туризмі : навчальний посібник*. Харків : ХНУМГ ім. О. М. Бекетова, 2022. – 214 с.
2. Гуцол А.В. *Інноваційні технології в туризмі : навчальний посібник*. Северодонецьк: ПП «Поліграф-Сервіс», 2015. 343 с.
3. Джинджоян В.В., Тесленко Т.В., Горб К.М. *Інноваційні технології в туризмі та гостинності : навчальний посібник*. Київ: Видавництво «Каравела», 2022. – 340 с.
4. Про інноваційну діяльність [Електронний ресурс] : Закон України від 04.07.2002 № 40-IV. – Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/40-15>
5. Чуєва І.О. Використання цифрових технологій в туризмі // *Наукове мислення : матеріали Тридцять другої всеукр. практ.-пзн. інтернет-конф.* – Режим доступу: <https://naukam.triada.in.ua/index.php/konferentsiji/63-tridtsyat-druga-vseukrajinska-praktichno-piznavalna-internet-konferentsiya/793-vikoristannya-tsifrovikh-tekhnologij-u-turizmi>