

З урахуванням зростаючої популярності мобільних пристроїв в індустрії туризму рекламні технології повинні бути оптимізовані для мобільних користувачів. Це включає створення адаптивної реклами, яка добре відображається на різних пристроях, та використання геотаргетингу для охоплення користувачів, що знаходяться поблизу певних місць призначення [3].

Таким чином, інноваційні рекламні технології мають значний вплив на індустрію туризму, надаючи туроператорам та турагентам потужні інструменти для охоплення цільової аудиторії, персоналізації повідомлень та оптимізації рекламних кампаній.

Список використаних джерел:

1. Жиленко К.М., Яровенко Т.С., Ставицька А.В., Самойленко А.О. Основні аспекти сталого розвитку готельно-ресторанного бізнесу та туризму. *Економіка. Фінанси. Право*. 2024. № 5. URL: <http://efp.in.ua/uk/releases>.
2. Жиленко К., Редько В., Самойленко А., Сливенко В., Ставицька А. Міжнародний туризм та гостинність: теорія та практика: монографія. Дніпро: Видавець Біла К.О. 2023. 206 с.
3. Самойленко А.О., Келдіярова Т.Р. Фактори конкурентного успіху туристичного підприємства на міжнародному ринку в умовах невизначеності. *Туризм та креативні індустрії: сучасні виклики*. зб. наук. праць II Міжнар. наук.-практ. конф., м. Дніпро, 28 квітня 2023 р. Дніпро: Біла К.О., 2023. С. 49–53.
4. Самойленко А.О., Колдубовська Д. Використання інноваційних технологій в індустрії гостинності. *Туризм та креативні індустрії: сучасні виклики*. зб. наук. праць II Міжнар. наук.-практ. конф., м. Дніпро, 28 квітня 2023 р. Дніпро: Біла К.О., 2023. С. 155–157.

Канд. іст. наук Сливенко В. А., Павленко А. О.

Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)

ВИКОРИСТАННЯ ІНТЕРНЕТ-ТЕХНОЛОГІЙ ДЛЯ ПРОСУВАННЯ ТУРИСТИЧНИХ ПОСЛУГ

У сучасному світі ми не уявляємо собі життя без технологій. З розвитком технологій, туристичний бізнес став більш доступним та зручним для мандрівників. Технології змінили спосіб бронювання подорожей, інформування про туристичні об'єкти та послуги, а також покращили якість обслуговування туристів. Розглянемо основні переваги, що надаються технологіями індустрії туризму. Сьогодні індустрія туризму використовує безліч інноваційних технологій, які дають змогу покращити якість послуг, що надаються туристам. За останні три

роки, в умовах повномасштабних бойових дій туристичні подорожі країною та за її межами значно скоротилися, в той же час українці все рідше звертаються до туристичних агентств та все частіше організовують відпочинок самостійно, використовуючи різноманітні сервіси бронювання [1].

Це свідчить, що сучасний тип туриста поступово виходить зовсім на інший рівень, де актуальна інформація поширюється через Інтернет. З розвитком та повсюдним застосуванням глобальної мережі Інтернет у підприємств індустрії туризму з'явилися такі можливості просування туристичних послуг:

1. Створення власних веб-сайтів, що дозволяє потенційним клієнтам легко знаходити інформацію про умови відпочинку, ціни, послуги, більш детальну інформацію про організацію туру та ін. [2]. Системи пошуку турів та готелів для туристів та агенцій пропонують будь-якому користувачеві безкоштовний сервіс вибору, порівняння та бронювання турів та готелів за найвигіднішою ціною.

2. Використання штучного інтелекту (ШІ) для спілкування з клієнтами замість кол-центрів. Компанії, що надають туристичні послуги, такі як авіа-перевізники та круїзні компанії, активно впроваджують чат-ботів. ШІ аналізує цифровий слід мандрівника та всі його дії онлайн, та може запропонувати туристу будь-які елементи майбутньої поїздки. Одним із успішних проєктів з ШІ стало створення європейськими компаніями роботів, яких використовують у роботі інформаційних центрів великих туристичних дестинацій міст [3]. Роботи антропоморфні, вони чемно зустрічають відвідувачів центру, відповідають на всі запитання, пов'язані з туристичними напрямками регіону.

3. Голосові помічники стають все більш популярними і розвиваються у різних напрямках, пропонуючи широкий спектр послуг, таких як реєстрація на рейс, отримання інформації про політ, бронювання готелів та оренда автомобілів у місці прибуття [3]. Голосовий помічник може приймати дзвінки на гарячій лінії Інформаційного туристичного центру та допомагати шукати та купувати квитки на спеціалізованих сайтах, шукати та бронювати житло за допомогою спеціалізованих сайтів, орендувати автомобіль. Також він може пояснити, як повернути гроші за невикористані квитки до театру чи музею, проконсультувати з різних аспектів міської програми безпеки подорожей. Голосові помічники допоможуть в організації подорожі: допоможуть здійснити бронювання тим, хто зайшов на сайт та залишив заявку, але з якихось причин не завершив

покупку, при цьому скорочується час менеджерів на виявлення потреб клієнта на 30 відсотків [4].

4. Технології віртуальної та доповненої реальності. Віртуальні тури дозволяють не виходячи з дому подорожувати містами, музеями, іншими об'єктами. Доповнена реальність є інструментом збереження та документування нематеріальних активів у разі пошкодження та зносу туристичних об'єктів культурної спадщини. За допомогою технології віртуальне зображення реального фізичного середовища доповнюється елементами, створеними комп'ютером, такими як звук, відео, графіка або місцезнаходження. Таким чином, вони дають можливість створювати емоційні, високоякісні туристичні враження та пом'якшувати негативний вплив туризму.

5. Удосконалені картографічні додатки з підтримкою GPS, які пропонують докладні письмові та аудіо описи музеїв та територій, що охороняються, визначних пам'яток. Тепер вони можуть запропонувати туристам альтернативу подорож без екскурсовода, навіть у тих місцях, які вони відвідують уперше.

6. Безконтактні технології, що дозволяють туристам та компаніям працювати на відстані, оформляючи бронювання та покупки онлайн, використовуючи банківські картки або мобільні гаманці [4].

Таким чином, розвиток інтернет-технологій в індустрії туризму може мати негативні наслідки, такі як загроза безпеці даних, нерівномірний доступ до інноваційних технологій та збільшення негативного впливу на навколишнє середовище. Водночас, українці дедалі частіше самостійно організують подорожі, що супроводжуватиметься розробкою якісних систем бронювання на основі ІІІ, а також платформ із доповненою реальністю для пізнавального та освітнього туризму.

Список використаних джерел:

1. Жиленко К.М., Яровенко Т.С., Ставицька А.В., Самойленко А.О. Основні аспекти сталого розвитку готельно-ресторанного бізнесу та туризму. *Економіка. Фінанси. Право*. 2024. № 5. URL: <http://efp.in.ua/uk/releases>.
2. Жиленко К., Редько В., Самойленко А., Сливенко В., Ставицька А. Міжнародний туризм та гостинність: теорія та практика: монографія. Дніпро. 2023. 206 с.
3. Редько В.Є., Павленко А.А. Соціальна відповідальність туристичного бізнесу в Україні: особливості становлення та перспективи розвитку. *Інфраструктура ринку*. № 69. 2022. С. 108–112.
4. Сливенко В.А., Редько В.Є. Аналіз сучасних тенденцій розвитку індустрії гостинності та туризму Німеччини. *Інфраструктура ринку*. 2024. № 80. URL: <http://www.market-infr.od.ua/uk/80-2024>.