

ГЕОГРАФІЧНІ НАУКИ

Шинкаренко У.Ю.

студент,

*Київський національний університет
імені Тараса Шевченка*

ВПЛИВ ТЕХНІКО-ТЕХНОЛОГІЧНИХ ФАКТОРІВ НА РОЗВИТОК ЕЛЕКТРОННОГО ТУРИЗМУ (НА ПРИКЛАДІ ЖИТОМИРСЬКОЇ ОБЛАСТІ)

Серед багатьох зовнішніх факторів, що впливають на розвиток туризму можна відмітити інноваційні процеси, що відбуваються в середовищі науки і техніки. Адже саме вони забезпечують появу нових видів послуг таких як: електронні системи бронювання в готелях, електронні системи продажу авіаквитків, інтернет-реклама, Е-комерція (у мережі інтернет наприклад, створення віртуальних турагенств) і т.д.

Аналізуючи вплив даних чинників на туризм Житомирської області, можна відмітити, що регіон намагається бути в тренді сучасних технологій. Прикладом може служити реформування транспортної системи та оптимізація маршрутів. Для цього було запроваджено систему оплати проїду за допомогою електронного квитка-карта житомирянина. Також на 13 зупинках громадського транспорту встановили електронні табло з графіком руху. Вони обладнані Wi-Fi-роутерами, USB-зарядками та камерою спостереження, під'єднаною до міської системи безпеки. Важливим моментом стало оновлення сервісу GPS-моніторингу громадського транспорту, завдяки якому можна в режимі реального часу відстежувати маршрут громадського транспорту та час прибуття на зупинку з урахуванням швидкості руху. У маршрутних таксі Житомира з'явилися наклейки з QR-кодом. Просканувавши його смартфоном пасажири можуть залишити відгук про свою поїздку в кожному конкретному автобусі. Розбудова туристичної інфраструктури без інформаційного супроводу не сприятиме монетизації туризму. Саме тому про туристичні об'єкти, логістику та події потрібно писати статті, знімати відео та фото, створювати тематичні сайти та сторінки в соціальних медіа. Відповідно

до цього Житомирський обласний туристичний інформаційний центр створив проект 3D Житомирщина [3]. У якому будь-який подорожуючий може не виходячи з будинку відвідати музеї, театри та інші цікаві визначні об'єкти. Не в усіх районах досліджуваного регіону, а поки що в найбільш туристичних створено туристичні маршрути з QR-кодизацією. Наприклад, у Бердичеві було презентовано унікальний туристичний маршрут містом із застосуванням сучасних технологій під назвою «Слідами доктора Шеренціса». Відсканувавши смартфоном QR-код, мандрівники можуть ознайомитися з місцями, до яких має відношення Давид Шеренціс, меценат і будівничий міста, та поринути в атмосферу початку ХХ ст. Однак такі технології застосовуються не повсюдно, оскільки 3G-інтернет ще не такий потужний, і смартфон не завжди може відкрити карту, через що створюються незручності для самого туриста. Схожа технологія була застосована і в м. Коростень, однак QR-коди були додані на саму пам'ятку. За допомогою цього туристи можуть самостійно отримувати більш цікаву та насичену інформацію про історію Коростеня. У подальшому встановлення таких кодів було зроблено на військовій техніці, що розміщена біля військово-історичного комплексу «Скеля» [1]. В Овручі також була застосована практика встановлення туристичних інформаційних стендів, на яких розміщено відомості про об'єкти, їх фото та QR-коди, завдяки яким можна дізнатися більше. Власне у самому Житомирі реалізується проектна пропозиція по створенню системи туристичної міської навігації. Наразі елементів міської навігації в Житомирі немає. Однак відомо, що розмістити інформаційно-картографічні стенди планують на вокзалах, автостанції, площі Перемоги, районі музичної фабрики та вказівників в історичному центрі міста. Вказівники будуть виготовлені із урахуванням сучасних урбаністичних тенденцій, нанесення буде об'ємним, двомовним, а фарби дозволять побачити написи навіть у темну пору. Щодо інформаційних щитів, то картографічна основа з відміткою «точки розташування» дасть змогу швидко зорієнтуватись та спланувати подальший маршрут руху, а також обрати громадський транспорт за маршрутом. Інформація з телефонами служб таксі, засобів розміщення, розташованих в центрі міста, музеїв та ін. зробить перебування гостей міста комфортним та змістовним. Інформація на щитах також планується розміщуватись двомовно.

Що стосується інфраструктурних об'єктів, то забронювати місце в готелі на даний момент можна зробити через онлайн сайти, також

існують відповідні офіційні сторінки закладів харчування. Допомогти у виборі туру, можуть онлайн-консультанти, які є в багатьох туристичних фірмах. Однак на даний момент можна відмітити поступову зміну у зверненні потенційних мандрівників до посередників у вигляді туристичних фірм. Майбутній турист може сам ознайомитися з цінами авіаквитків, порівняти послуги авіакомпаній та обрати найбільш вигідніші для себе використовуючи Web-сайти готелів та інших закладів послуг. Таким чином людина може побачити прайс-лист установи, з представленим ціновим діапазоном, що в більшій мірі відрізняється від того який пропонують туристичні агенції. Тому зараз більшість мандрівників почали активніше використовувати такі інновації як електронна віза та електронний квиток. У Житомирській області функціонує міжнародний аеропорт «Житомир» ім. С. Корольова, однак на даний момент він виконує роль літньої бази для обслуговування літаків авіакомпаній »YanAir», SkyUp, Bravo, «Буковина», Belavia. Також використовується як логістичний центр і вантажний термінал. Не дивлячись на це у Житомирській області активно розвиваються онлайн послуги, зокрема у 2016 році на базі Google maps було запущено інтерактивний атлас Житомирщини [4]. Котрий був розроблений виключно на авторському матеріалі подорожей здійснених власне його авторами. Завдяки цьому потенційні туристи зможуть відвідати більшу кількість пам'яток про які не написано у Вікіпедії або ж не зроблено жодної світлини. Також у 2018 році у Житомирі було створено Житомирський обласний туристично-інформаційний центр, котрий містить власну офіційну сторінку, де кожен бажаючий може знайти для себе корисну інформацію про заклади розміщення та харчування, заклади відпочинку, розваг і т. д [2].

У подальшому планується, ще багато регіональних програм, які направлені на промоцію туристичного потенціалу Житомирщини. А саме на розповсюдження електронної (інтернет-портал, електронний довідник, мультимедіа), друкованої (буклети, путівники, карти, схеми, та іншої продукції про туристичний потенціал Житомирської області; проведення QR-кодизації, створення «портів» інформаційного забезпечення на основних напрямках при в'їздах в область (фотозони, електронні кіоски, інформаційні стенди) для туристів з різними формами пересування. Варто зазначити, що завдяки проведенню маркетингових досліджень у сфері туризму, було виявлено, що у найвідомішому та найвідвідуванішому музеї космонавтики ім. С.П. Корольова, не має

власного сайту. Відповідно одразу ж було створено сторінку через яку можна замовити інтерактивну екскурсію на зорельоті «Еней».

Також враховуючи певні вікові, статеві, соціально-економічні характеристики можна відмітити, що однією з ключових маркетингових стратегій в електронному туризмі може бути телебачення, радіо та Інтернет, за допомогою яких можна поширювати інформацію різного напрямку: природно-географічну, краєзнавчу та туристичну. У Житомирській області налічується 8 місцевих телеканалів, у 7 з них транслюються передачі географічного спрямування. Це телепрограми про подорожі, історико-краєзнавчі або природничі такі як: «Мандруємо вдома», «Двоколісні хроніки», «Своя земля» і т. д. Однак використання даних засобів для пропагування розвитку внутрішнього туризму має своє недоліки. Котрі відображаються слабким розвитком технічного охоплення території, проблемою подачі сигналу. Проте все ж використання інтернет-ресурсів про туризм та відповідних телепередач володіють здатністю до наочності представлення різної інформації про туристичні об'єкти та послуги.

Прикладом інтеграції науки та практики в сфері туризму може служити навіть створення туристичного логотипу для Житомирської області у 2020 році. Котрий одразу ж став активно використовуватися для розробки сувенірів, демонструватися на різних презентаціях, форумах тощо. Адже створення логотипу так само відображає рівень науково-технічного прогресу через інструменти його створення та поширення. А також шляхом проведення експериментальних досліджень зацікавившись певною тематикою створення логотипу відбувається протягом декількох стадій: аналізу, генерації ідей, розробки та власне затвердження.

У підсумку можна сказати, що Житомирська область проводить відповідну політику та проекти націлені на формування туристичного іміджу регіону шляхом забезпечення внутрішньої і зовнішньої комунікаційної доступності. Головним регіональним органом, що виконує певні завдання у сфері туризм є Туристичний інформаційний центр. Завдяки його функціонування здійснюється *розвиток рекреаційно-туристичної інфраструктури (закладів розміщення, харчування, розваг; створення та маркування туристичних зон, парків, маршрутів; опис об'єктів, влаштування інформаційних та навігаційних стендів, табличок, знаків; влаштування міських кемпінг зон, інше).*

Список використаних джерел:

1. Житомирська Міська Рада [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zt-rada.gov.ua>
2. Житомирський обласний туристичний інформаційний центр [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://tic.zt.ua/component/content/article/slider/327-pro-tic?Itemid=181>
3. Інформаційна картка проекту регіонального розвитку, який може реалізуватися за рахунок коштів державного бюджету, отриманих від Європейського Союзу «Створення Житомирського регіонального туристично-інформаційного центру» [Електронний ресурс] / 2016. – Режим доступу: https://www.minregion.gov.ua/wp-content/uploads/2017/09/67_Tur_ZHit-IK.pdf
4. Туристична Житомирщина (інтерактивний атлас) [Електронний ресурс] // Форуми «EX-USSR – Туристический форум. Путешествия и походы Украина – туристический форум. Туризм в Украине. – 2016». – Режим доступу: <http://eurotourist.club/viewtopic.php?t=112794>