

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
ОДЕСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

КАФЕДРА ЕКОНОМІЧНОЇ КІБЕРНЕТИКИ ТА  
ІНФОРМАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ



## «ІНФОРМАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ В ЕКОНОМІЦІ І УПРАВЛІННІ»

ЗБІРНИК НАУКОВИХ СТУДЕНТСЬКИХ ПРАЦЬ

ВИПУСК 3



Одеса  
2021

# ОСОБЛИВОСТІ ІННОВАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ В ТУРИСТИЧНІЙ ДІЯЛЬНОСТІ

Клюс І. Г.<sup>1</sup>, Гострик О. М.<sup>2</sup>

1 – студентка 4 курсу 47 гр., факультет міжнародної економіки,

2 – канд. екон. наук, доцент, кафедра економічної кібернетики та інформаційних технологій  
Одеський національний економічний університет, м. Одеса

## АНОТАЦІЇ

**Клюс І. Г., Гострик О. М. Особливості інноваційних технологій в туристичній діяльності.** Розглянуто сутність поняття інновації та розкрита необхідність застосування інновацій в туризмі. Проведено аналіз використання динамічного пакетування турів на українському ринку. Визначено переваги використання динамічного пакетування турів для туроператорів, турагентств та туристів.  
**Ключові слова:** інновації, інноваційні технології, динамічне пакетування турів, динамічний турпакет.

**Клюс И. Г., Гострик А. М. Особенности инновационных технологий в туристической деятельности.** Рассмотрена сущность понятия инновации и раскрыта необходимость применения инноваций в туризме. Проведен анализ использования динамического пакетирования туров на украинском рынке. Определены преимущества использования динамического пакетирования туров для туроператоров, турагентств и туристов.  
**Ключевые слова:** инновации, инновационные технологии, динамическое пакетирование туров, динамичный турпакет.

**Klyus I., Hostryk A. Features of innovative technologies in tourism.** The essence of the concept of innovation is considered and the need to apply innovations in tourism is revealed. The analysis of the use of dynamic packaging of tours in the Ukrainian market. The advantages of using dynamic packaging of tours for tour operators, travel agencies and tourists are determined.  
**Keywords:** innovations, innovative technologies, dynamic packaging of tours, dynamic tour package.

**Клюс І. Г., Гострик О. М. Особливості інноваційних технологій в туристичній діяльності** // Інформаційні технології в економіці і управлінні : зб. наук. студ. праць. Одеса : ОНЕУ, 2021. Вип. 3. С. 32–39.

**Постановка проблеми у загальному вигляді.** Термін «інновація» (від англ. innovation – нововведення) характеризує якісні зрушення в процесі виробництва. Сфера інновацій всеосяжна. Інновація виступає як явний фактор зміни, як результат діяльності, втілений у новий або вдосконалений продукт, технологічні процеси, нові послуги й нові підходи щодо задоволення соціальних потреб. Туризм постійно розвивається, незважаючи на різні перешкоди політичного, економічного й соціального характеру. І саме тому, на сьогоднішній день туристський бізнес у багатьох випадках є ініціатором і експериментатором в освоєнні й впровадженні сучасних передових технологій.

Таким чином, актуальність аналізу інноваційної діяльності у сфері туризму обумовлена тим, що дана діяльність спрямована на створення нового або зміни існуючого продукту, на вдосконалення транспортних, готельних і інших послуг, освоєння нових ринків, впровадження передових інформаційних і телекомунікаційних технологій та сучасних форм організаційно-управлінської діяльності.

**Аналіз досліджень і публікацій останніх років.** Сьогодні багато наукових розробок присвячено проблемам інноваційного розвитку в туристичному бізнесі. Питання розвитку інноваційної діяльності розглядаються в наукових роботах: В. С. Новікова, М. М. Малахової, Д. С. Ушакова, В. М. Аньшина, Л. С. Александрової, І. Т. Балабанова, А. А. Дагаєва, О. В. Федорова, Д. Аакера, В. Ю. Колесова, Н. Г. Кузнєцова, С. Г. Тягліва, В. Л. Горбунова, Т. А. Фролової та ін.

**Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми.** Аналіз показав, що більша частина зарубіжних та вітчизняних наукових праць щодо досліджуваної тематики, акцентує увагу на розвитку інформаційних технологій та впровадженні інновацій. Але в українській економіці починають з'являтися абсолютно нові моделі бачення бізнесу, а саме – компанії, які створюють програми для динамічного пакетування турів. Саме питання дослідження динамічного пакетування турів є на сьогодні недостатньо вивченими, незважаючи на те, що в період кризи на ринку туризму інноваційні форми відносин можуть позитивно вплинути як на окремих підприємців, так і на галузь в цілому.

**Мета статті.** Мета статті полягає в освітленні поняття інновації та визначенні її впливу на туризм, зокрема такої інновації, як динамічне пакетування турів.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** Термінологічне визначення «інновація» на державному рівні дає Закон України «Про інноваційну діяльність»: новостворені (застосовані) і (або) вдосконалені конкурентоспроможні 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 [3].

Взагалі, можна сказати, що інновація – це впровадження, введення досягнень науки, передового досвіду в областях управління, організації праці, технологій.

Вивчення тенденцій і закономірностей комплексного освоєння інновацій, планування позитивних результатів і керування ними – складна методологічна проблема в сфері туризму, зв'язана насамперед із класифікацією нововведень. У якості значимих для визначення суті інновацій у туризмі виділяють такі класифікаційні ознаки:

- джерело ідеї (потреби туристів, відкриття, винаходи);
- вид інновації (інфраструктура туризму, турпродукт, способи й засоби розподілу турпродукта / послуги, управління, фактори виробництва);
- ступінь новизни;
- широта впливу, масштабність (локальні, глобальні, системні);
- інвестиційне наповнення (некапіталомісткі, капіталомісткі) [4, с. 121].

Інновації в туризмі необхідно досліджувати як інтегральні заходи, що мають високоякісну новизну та оригінальність, спонукають до реальних продуктивних змін, сприяють стійкому функціонуванню та розвитку туристичної сфери. Поштовхом розвитку туризму може стати навіть сама ідея створення і реалізації нових туристських проектів, які ще на початковому етапі не приносять істотного прибутку. Тим самим забезпечаться додаткові робочі місця й зростання доходів.

Інноваційний процес в туризмі досить специфічний, адже реалізується з одного боку через туристичний ринок та задоволення клієнтів, а з іншого – через дію туристських організацій, органів місцевого самоврядування, чия діяльність пов'язана з туризмом тощо. Тільки така співдія усіх елементів (суб'єктів і об'єктів) інноваційного процесу може забезпечити суттєвий результат, який виражений в розвитку туристичної галузі.

Отже, інновації в туризмі повинні забезпечувати ряд функцій (рис. 1).



Рис. 1. Функції інновацій в туризмі

*Джерело: розроблено авторами на основі [4]*

Основними напрямками інноваційної діяльності в сфері туризму й гостинності є:

- випуск нових видів туристського продукту, ресторанного продукту, готельних послуг і т. д.;
- використання нової техніки й технології у виробництві традиційних продуктів;
- використання нових туристських ресурсів, що раніше не використовувалися. Унікальний приклад – подорожі туристів на космічних кораблях;
- зміни в організації виробництва й споживання традиційного туристського, ресторанного продукту, готельних послуг і т. д.;
- новий маркетинг, новий менеджмент;
- виявлення й використання нових ринків збуту продукції (готельні й ресторани ланцюги) [5, с. 56].

Основним чинником результативної праці туроператорських і турагентських фірм є чисельність та якість торгівлі. Посприяти продажам, вдосконалити їх якість, значно покращити результативність праці можливо шляхом використання систем бронювання і резервування в роботі туристичних компаній.

Ефективність застосування інформаційних технологій в туризмі, обсяги інтернет-продажів туристичних послуг, кількість бронювань та переглядів оцінюють, визначаючи кількість користувачів Інтернету в світі. В Україні Інтернетом, на жаль, користується приблизно 2 млн осіб, що складає всього 0,2% від загальної кількості користувачів [7, с. 38].

Але, в українській економіці вже починають створюватися і активно функціонувати нові парадигми інноваційного ведення бізнесу, а саме – підприємства, що активізують платформи для динамічного пакетування турів.

Динамічне пакетування турів (ДПТ) – формування турів в реальному часі на одному майданчику під запити конкретного користувача з актуалізацією ціни і місць.

Основна відмінність динамічного пакетування від традиційного полягає в тому, що його ціноутворення завжди ґрунтується на поточній доступності включених послуг. Динамічні пакети схожі тим, що часто переліт і розміщення доступні тільки як частина пакету або тільки від певного продавця. Термін «динамічне пакетування» часто використовується неправильно і описує менш складний процес зміни різних компонентів туру в межах пакету, однак дану практику більш точно характеризує поняття «динамічної комплектації» [13].

Для України ДПТ – це нова тенденція. Але сама технологія з'явилась в країнах Європи і США більше 10 років тому. Висока технологічність, прозорість і безпека роблять ДПТ ідеальними для бронювання турів онлайн.

Для виявлення переваг використання динамічного пакетування нами було проведено аналіз компаній на українському ринку, які

використовують ДПТ у своїй діяльності, що дозволило виділити три типи ведення бізнесу з використанням ДПТ.

Перший тип – туроператор, який використовує ДПТ як основу своєї діяльності, створюючи власну електронну платформу. Таким туроператором в Україні є компанія «FARVATER». Farvater.travel – перше в Україні туристичне онлайн-агентство, з можливістю самостійного вибору тура. На сайті представлені актуальні пропозиції від провідних туроператорів за оптимальними цінами. Ідея створення платформи з'явилася десять років тому, але активна розробка алгоритму почалася лише в 2014 році. Перша версія продукту вийшла в жовтні 2017 року, а в грудні з'явилися перші клієнти. В червні 2018 року було зафіксовано більше 100 тис. відвідувань сайту, а до жовтня було продано більше 1 тис. турів.

Враховуючи, що компанія агрегує тури з усіх агентств, вона надає великий вибір – більше 36 мільйонів варіантів від 30 туроператорів. Бронювання та оплата проходять онлайн. В компанії заявляють, що пропонують найзручніші ціни і цілодобову підтримку туристів у подорожах.

За допомогою календаря цін можна подивитися, коли подорож обійдеться найдешевше. Використовуючи конструктор туру, можна змінити кількість ночей, тип харчування або номер, вибрати номер з видом на море. Крім того, Farvater.travel є партнером міжнародної платіжної системи Mastercard в рамках програми «Mastercard Більше» і повертає 5% від вартості турів у вигляді кешбеку. Платформа несе відповідальність у рамках договору оферт як ліцензований агент та оператор [5].

Другий тип – туроператори, які використовують ДПТ як один з напрямків діяльності. Таких туроператорів в Україні чимало, першопрохідцем у даному напрямку є туроператор «ANEX Tour». ANEX Tour з'явився в 1996 р. і відомий в світі вже більше 20 років. Сьогодні ANEX Tour є лідером туристичного ринку України. Також компанія лідер по організації відпочинку на курортах Туреччини, Єгипту, Іспанії, Болгарії, Андорри, Тунісу, Греції, Таїланду, Домініканської республіки, Шрі-Ланки. Сьогодні в Україні успішно працює 6 офісів ANEX Tour.

Компанія має таку систему бронювання турів онлайн, яка дозволяє буквально за хвилину забронювати необхідний тур, всього лише заповнивши просту форму, а потім відстежувати стан заявки. Інструкцію та правила бронювання таких турів можна подивитись на офіційному сайті компанії.

Переваги бронювання онлайн турів:

- Розрахунок вартості туру в режимі online.
- Великий вибір авіакомпаній і тарифів.
- Розширення доступних маршрутів і відкриття нових напрямків відпочинку.
- Онлайн-реєстрація через сайт авіаперевізника без додаткової допомоги, в разі якої пасажир може зареєструватися на рейс самостійно за номером авіаквитка. При цьому розмір торгової знижки для партнерів розраховується на підставі загальної вартості заявки [9].

Третій тип – глобальні дистрибутивні системи, які завдяки своїм ресурсам використовують ДПТ, базуючись на своїй платформі бронювання.

Компанія Amadeus – одна з основних глобальних систем бронювання туристичних послуг в світі, незмінний новатор у всьому, що стосується технологічної сторони дистрибуції послуг. Технологія ДПТ вперше була застосована Amadeus в 2005 р. Зараз більше 100 клієнтів компанії, серед яких туроператори, онлайн портали, авіакомпанії і т. п.

ДПТ в діяльності компанії є інструментом для об'єднання різних послуг в єдиний пакет з можливістю розрахунку вартості в режимі реального часу. Авіап перевезення система шукає з бази глобальної дистрибутивної системи Amadeus, яка має доступ до ресурсів більше 480 авіакомпаній. При цьому розрахунок вартості може здійснюватися і за опублікованим тарифом, і за конфіденційним в залежності від контракту з агентством, яке використовує систему.

У технологічному відношенні ДПТ дає можливість пошуку і бронювання турів, не обмежуючись рамками стандартних параметрів пошуку, тим самим створюючи індивідуальний турпакет і безліч варіантів маршрутів відпочинку відповідно до побажань конкретного туриста.

Крім простоти і зручності використання, онлайн-сервіс примітний тим, що використовує ноу-хау Traveltainment – запатентований пошуковий алгоритм Fuzzy Logic («нечітка логіка»). Якщо в базі даних немає турів, що повністю задовольняють вимогам клієнта, система запропонує найбільш близькі за критеріями варіанти. Таким чином, клієнт гарантовано отримає позитивну відповідь на свій запит [1].

Проведений аналіз дозволив виявити особливості кожного з типів компаній, дані якого відображені в порівняльній таблиці (табл. 1).

Таблиця 1

Особливості компаній, які застосовують ДПТ в своїй діяльності

Тип компанії	Порівняльна ознака		
	Режим роботи	Ступінь використання	Вартість використання
ДПТ – основа діяльності (FARVATER)	B2C	повна	безкоштовно
Використання ДПТ як частина асортиментної політики (ANEX Tour)	B2B B2C	часткова	безкоштовно
Глобальні системи бронювання (Amadeus)	B2B	часткова	платно

*Джерело: розроблено авторами на основі [1; 8; 9]*

Визначено основні переваги використання ДПТ для туроператорів, турагентств і туристів.

Туроператори внаслідок використання ДПТ отримують такі позитивні зміни:

- підвищення прибутковості: в ціні, в сервісах, в конверсії;
- розширення асортименту;
- можливість конструювання з онлайн площадками для самостійних бронювань окремих послуг;
- відсутність фінансового ризику при динамічному пакетуванні, на відміну від класичного.

Для турагентств переваги використання ДПТ полягають у наступному:

- єдина система бронювання;
- спеціальні пропозиції на динамічні пакети за тематичними критеріями пошуку: вихідні дні, відпочинок на морі, екскурсійні тури, події програми;
- відсутність додаткових штрафів за скасування бронювань – тільки фактичні витрати постачальників послуг.

В умовах української дійсності до переваг для туристів можна віднести перш за все безпеку. Безпека формування та придбання пакетних послуг забезпечується за рахунок синхронності бронювання на майданчику ДПТ і оплати постачальнику послуг, тобто можливість моментального отримання квитка, ваучера на готель і т. д., на відміну від класичних пакетних турів, коли документи щодо поїздки для туриста доступні тільки за добу і немає впевненості в тому, що всі послуги оплачені туроператором.

**Висновки з даного дослідження.** Інноваційні технології у туристичній галузі є вимогою часу, що дозволяють не тільки підвищувати якість послуг, але і раціонально використовувати всі наявні ресурси, як туристами, так і власниками туристичного бізнесу. По мірі розвитку науково-технічного прогресу будуть розвиватися і інноваційні технології в туристичній галузі, які дозволяють відкривати нові можливості та роблять туризм доступним для різних категорій населення.

Використання ДПТ в Україні в якості нової технології туризму дозволить:

- створити і реалізувати нову ефективну модель розвитку туристичної галузі, в основі якої буде прозорість, безпека і надійність взаємодії всіх її учасників;
- переорієнтувати туристські потоки в сторону внутрішнього туризму, оскільки це може забезпечити легкість і широкий асортимент можливостей бронювання послуг з України за рахунок присутності великої кількості українських готелів зі своїми ціновими пропозиціями;
- «вижити» в період кризи малому бізнесу в туризмі, оскільки більшість майданчиків ДПТ безкоштовні або умовно-безкоштовні, комісійна винагорода залишається, а ціни конкурентоспроможні.
- забезпечити умови для впровадження електронної путівки.

Таким чином, інновації у сфері туризму спрямовані на створення нового або зміну існуючого продукту, на вдосконалення транспортних, готельних і інших послуг, освоєння нових ринків, впровадження передових інформаційних і телекомунікаційних технологій.

## ЛІТЕРАТУРА

1. Amadeus: динамическое пакетирование туров в интернете. URL: [https://ratanews.ru/news/news\\_7042014\\_21.stm](https://ratanews.ru/news/news_7042014_21.stm) (дата звернення: 03.11.2020).
2. Гострик А. М., Степаненко Е. А., Сокурено П. И. Моделирование маркетинговой стратегии компании методом системной динамики // Аналіз сучасних економічних процесів та інформаційні технології : матеріали Міжнар. наук.-практ. конференції: в 6 т. Днепропетровск : К. О. Біла, 2011. Т. 4: Математичні методи та моделі в менеджменті та маркетингу. С. 21–23. URL: <http://dspace.oneu.edu.ua/jspui/handle/123456789/2493> (дата звернення: 03.11.2020).
3. Закон України «Про інноваційну діяльність» від 4 липня 2002 року № 40-IV. URL: <http://zakon.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=40-15> (дата звернення: 03.11.2020).
4. Севастьянова С. А. Регіональне планування розвитку туризму й готельного господарства : навч. посіб. М. : КНОРУС, 2007. 250 с.
5. Донцова Л. В. Інноваційна діяльність. М., 2006. 320 с.
6. Моделювання економічних процесів : навч. посіб. / П. І. Островський, О. М. Гострик, Т. П. Добрунік, О. В. Радова. Одеса : ОНЕУ, 2012. 132 с.
7. Шайфлер В. С., Гострик О. М. Розвиток та впровадження інформаційних технологій на підприємствах туристичної сфери // Інформаційні технології в економіці і управлінні : зб. наук. студ. праць. Одеса : ОНЕУ, 2020. Вип. 2. С. 36–43.
8. Офіційний сайт компанії FARVATER. URL: <https://farvater.travel/uk/> (дата звернення: 03.11.2020).
9. Офіційний сайт компанії ANEX Tour. URL: <http://www.anextour.com.ua/page/272/about-us-ua> (дата звернення: 03.11.2020).
10. Прогнозування фінансової стійкості підприємства з використанням трендового та кореляційно-регресійного аналізу / О. М. Гострик, Л. О. Бойко, Ю. О. Борох, В. О. Владиченко // Вісник соціально-економічних досліджень : зб. наук. пр. 2010. Вип. 38. С. 238–242. URL: <http://dspace.oneu.edu.ua/jspui/handle/123456789/840> (дата звернення: 03.11.2020).
11. Гострик О. М., Соловьева В. В. Управлінські інформаційні системи : навч. посіб. Кривий Ріг : Виготовлювач: Типографія «Айс Принт», 2018. 173 с. URL: <http://dspace.oneu.edu.ua/jspui/handle/123456789/7210> (дата звернення: 03.11.2020).
12. Complex Networks Theory and Precursors of Financial Crashes./ V. N. Soloviev, V. Solovieva, A. Tuliakova, A. Hostryk, Lukáš Pichl// In: Kiv, A. (ed.) Machine Learning for Prediction of Emergent Economy Dynamics, Proceedings of the Selected Papers of the Special Edition of International Conference on Monitoring, Modeling & Management of Emergent Economy (M3E2-MLPEED 2020), Odessa, Ukraine, July 13-18, 2020. CEUR Workshop Proceedings. Published on CEUR-WS: 26-Oct-2020. Vol-2713. P. 53–67. URL:<http://ceur-ws.org/Vol-2713/paper03.pdf>(дата звернення: 03.11.2020).
13. Travel Agents Could Lose Out in the Dynamic Packaging Battle. URL: <https://web.archive.org/web/20050206213800/http://www.eyefortravel.com/index.asp?news=44726> (дата звернення: 08.11.2020).