

DOI: 10.31866/2616-7603.4.2.2021.249696

УДК 338.486.4:005.591.6:004

СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ ЗАСТОСУВАННЯ ІННОВАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ У ТУРИСТИЧНІЙ СФЕРІ

Тетяна Зубехіна^{1а}, Наталія Ольхова-Марчук^{2а}, Володимир Кушнір^{3а}¹ Кандидат педагогічних наук, доцент; e-mail: tatius88@gmail.com; ORCID: 0000-0001-9929-4405² Кандидат педагогічних наук, доцент; e-mail: Sirius_2010@inbox.ru; ORCID: 0000-0001-7656-6666³ Старший викладач; e-mail: kushavv@gmail.com; ORCID: 0000-0002-1425-1025^а Академія рекреаційних технологій і права, Луцьк, Україна

Анотація

У статті проаналізовано сучасні тенденції застосування інноваційних технологій у сфері туризму.

Визначено сутність інноваційних технологій в туризмі та їх роль у розвитку туристичної сфери. З'ясовано, що інноваціями в туризмі є створення нового чи удосконалення наявного продукту з використанням новітніх технік, технологій і ресурсів.

З'ясовано, що у сфері туризму актуальним є використання сучасних інформаційних технологій, зокрема мобільного інтернету, електронних каталогів з пропозиціями відпочинку, електронних систем бронювання, соціальних інформаційних мереж, електронних систем продажу авіаквитків, інтернет-реклами, зручних платіжних систем тощо.

Установлено, що інтернет-технології є ефективним засобом формування позитивного іміджу підприємства, просування нових видів туристичних послуг, інформування споживачів про нові тури чи акції, а також просування їх на ринок та ін.

Наведено приклади сучасних інноваційних технологій, які використовують у сфері туризму, та доведено доцільність їх запровадження. З'ясовано, що в сучасних умовах актуальними є віртуальні 3D-тури та відвідування інтернет-музеїв, тобто можна подорожувати за допомогою мережі Інтернет.

Доведено, що соціальні інформаційні мережі є ефективним інструментом, який впливає на споживання туристичних послуг. Вони дають змогу туристам обмінюватися власним туристичним досвідом, враженнями про готелі, рівень сервісу тощо.

З'ясовано, що на сучасному етапі розвитку туристичної діяльності важливе значення має формування й ефективне функціонування системи інноваційного менеджменту. Доведено необхідність розвитку новітніх напрямів інтернет-маркетингу у сфері туризму.

Установлено, що впровадження інноваційних технологій забезпечує ефективний розвиток туристичної сфери в сучасних умовах, а також дає суттєву конкурентну перевагу.

Ключові слова: інноваційний розвиток; інноваційна діяльність; інноваційні технології; туризм; інформаційні технології

Постановка проблеми

Сучасний етап розвитку суспільства характеризується стрімким проникненням інноваційних технологій в усі сфери життя. У зв'язку з цим постає необхідність переходу туристичної сфери до інноваційного типу розвитку в умовах формування постіндустріального суспільства.

Інновації в туристичній сфері пов'язані з використанням інформаційно-комунікаційних технологій, які відіграють важливу роль у будь-якій галузі суспільства. Їх застосування сприяє підвищенню якості туристичних послуг, а також конкурентоспроможності підприємств туристичної індустрії. Щороку роль інноваційних технологій у туризмі все більше зростає, що зумовлює актуальність дослідження сучасних тенденцій застосування інноваційних технологій у туристичній сфері.

Аналіз останніх досліджень і публікацій

Питання інноваційних процесів у сфері туризму вивчали такі вітчизняні та зарубіжні дослідники, як Н. Гуржій, Д. Гурова, С. Журавльова, В. Зайцева, М. Зуєва, О. Кальченко, О. Корнієнко, Т. Кукліна, Г. Михайліченко, Р. Мірошник, В. Новіков, А. Філіпенко, А. Чухно, В. Цибульський та ін.

Незважаючи на значну кількість наукових розробок учених щодо впровадження інноваційних технологій у сферу туризму, ця проблема не достатньо повно розкрита, оскільки туристична сфера безперервно впроваджує сучасні інноваційні технології, змінює форми й способи пропозиції та надання послуг, відкриває й освоює нові можливості.

Мета статті – проаналізувати сучасні тенденції застосування інноваційних технологій у туристичній сфері.

Виклад основного матеріалу

Вивчення основних тенденцій застосування інноваційних технологій у туристичній сфері потребує уточнення сутності поняття «інноваційні технології». Результати аналізу наукової літератури свідчать про відсутність єдиного трактування цього поняття.

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». 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 (Гуцол, 2015, с. 8).

Р. Мірошник та І. Щир (2013) інновації в туризмі розглядають як системні заходи, що мають якісну новизну та зумовлюють позитивні зрушення, результатом яких має стати забезпечення стійкого функціонування й розвитку туристичного підприємства.

Л. Шимановська-Діанич та О. Білінська (2019) поняття «інноваційні технології» тлумачать як «радикально нові або вдосконалені технології, які значно поліпшують умови формування туристичного продукту або послуги чи самі виступають товаром» (с. 158).

Інноваційна діяльність у сфері туризму спрямована на створення нового чи зміну наявного продукту, на удосконалення транспортних, готельних та інших послуг, освоєння нових ринків, упровадження передових інформаційних і телекомунікаційних технологій та сучасних форм організаційно-управлінської діяльності (Гуцол, 2015, с. 19).

Погоджуємося з думкою В. Корнілової (2018), що «інновація, будучи процесом або продуктом, може стати однією з визначальних статей доходу туристичного підприємства, суттєво впливаючи на його конкурентоспроможність» (с. 26).

Як стверджує Т. Фролова (2011), основними напрямками інноваційної діяльності туристичних організацій є: використання нової техніки і технологій у наданні традиційних послуг; упровадження нових послуг з новими властивостями; використання нових туристських ресурсів, що раніше не використовувалися; зміни в організації виробництва та споживання традиційних туристських послуг; виявлення та використання нових ринків збуту туристичних послуг і товарів (с. 46).

За змістом інноваційні технології поділяють на інформаційні, організаційно-управлінські, технологічні, технічні (Батьковець & Бурса, 2016). Аналіз сучасного стану туристичної сфери свідчить про масштабність використання новітніх інформаційних технологій, зокрема мобільного інтернету, електронних каталогів з пропозиціями відпочинку, електронних систем бронювання, соціальних інформаційних мереж, електронних систем продажу авіаквитків, інтернет-реклами, зручних платіжних систем тощо.

Туристичні фірми активно використовують переваги мережі Інтернет під час формування туристичного продукту для проведення рекламних заходів, інформування споживачів, формування позитивного іміджу фірми, просування нових видів туристичних послуг тощо.

У сучасних умовах особливо актуальним є відвідування інтернет-музеїв. На сьогодні можливо за допомогою мережі Інтернет відвідати Національний музей Тараса Шевченка в Києві, Лувр у Парижі, Ермітаж у Санкт-Петербурзі, Метрополітен-музей у Нью-Йорку та ін.

На сьогодні поширеними є віртуальні 3D-тури, які дають змогу побувати в різних куточках світу, не виходячи з дому. Серед основних переваг 3D-турів для туристів можна виділити:

- економію часу та коштів;
- можливість попереднього ознайомлення з пропонованими туристичними об'єктами чи послугами та ін. (Гуцол, 2015, с. 55).

Слід зауважити, що створення віртуальних турів, з одного боку, сприяє зростанню доступності туристичних об'єктів, а з іншого – розв'язанню низки нагальних проблем.

Варто відзначити соціальні інформаційні мережі, які є потужним інструментом, що впливає на споживання туристичних послуг. Групи туристів створюють сайти, контактні спільноти з обміну досвідом подорожей, думкою про готелі, ку-

рорти, роботу й рівень сервісу. З'являються нові способи туристичної активності. Наприклад, туристи з різних країн обмінюються житлом на час відпустки і з цією метою реєструються на відповідних порталах, об'єднуються у спеціальні соціальні групи (Шимановська-Діанич & Білінська, 2019, с. 158).

Л. Шимановська-Діанич та О. Білінська відзначають значне поширення головних технологій у багатьох сферах. На думку вчених, їх упровадження в туристичній та готельній галузі буде швидко зростати. Поширення мобільних застосунків і розумних будинків призводить до того, що багато користувачів звикли до голосових помічників. Це дає змогу використовувати популярність такого рішення в туристичному та готельному бізнесі. Люди сьогодні цінують простоту й швидкість більше, ніж будь-коли раніше, і голосові технології стануть важливою частиною комплексної відповіді галузі на попит, що зростає (Шимановська-Діанич & Білінська, 2019, с. 161).

Слід підкреслити, що жорстка конкуренція на ринку туристичних послуг змушує максимально впроваджувати у свою діяльність маркетингові інновації, які дають змогу охоплювати потреби цільових споживачів і залучати неохоплених на цей період клієнтів.

Звернення до потенційних споживачів за допомогою мережі Інтернет істотно змінило придбання туристичних послуг і продуктів, а зміни технологій створили нові можливості для дозвілля й туристичних організацій. Як зауважує О. Боднарук (2019), «сьогодні мова йде не просто про те, щоб мати оновлений веб-сайт із інформацією про нього, але ми перейшли на інший рівень, завдяки якому туристичні напрямки, організації та компанії використовують соціальні мережі та електронний туризм для просування, реклами, демонстрації та, більш за все, для того, щоб споживачі були в курсі будь-якої оновленої інформації за секунди» (с. 101).

Інформаційно-інноваційні технології, сучасні бізнес-інструменти забезпечують підтримку маркетингу через надання інформації щодо інновацій, необхідних для прийняття маркетингових рішень, напрямів використання маркетингової інформації в туризмі; засоби реклами в Інтернеті; нові тлумачення поняття «електронний бізнес» й основних його складових, які детальніше характеризуються з урахуванням галузевої специфіки (Драчук & Дульцева, б.д.).

Упровадження електронного бізнесу дає змогу:

- використовувати більш економічні канали зв'язку з компаніями та цільовими ринками;
- споживачам простіше та швидше отримувати туристський продукт, що призводить до збільшення обороту й обсягу витрат;
- забезпечувати високий рівень обслуговування та утримання споживача;
- скорочувати витрати завдяки більшій ефективності внутрішніх операцій і спрощення процедури торгових угод (Гуцол, 2015, с. 56).

На сьогодні спостерігаємо зростання інтересу споживачів до рішень на основі технологій самообслуговування, завдяки яким можливо скоротити необхідність взаємодії клієнта з іншою людиною для завершення транзакції. Скорочення витрат часу й простота будуть вигідні як для компаній, так і для споживачів, у той час як подальший розвиток цієї технології зменшить проблеми із системами самообслуговування та підвищить їх надійність.

У туристичному бізнесі на сьогодні широкого використовують програми електронного бронювання, електронні системи продажу авіаквитків і створення віртуальних турів турагентств тощо. Системи онлайн-бронювання мають низку переваг. Вони дають змогу кожній людині забронювати для себе найбільш привабливий номер у будь-якому готелі світу. Найголовнішою перевагою онлайн-бронювання визнана система, яка змогла сформувати потужну пошукову базу готелів (Оливко & Феш, 2017, с. 193).

Сьогодні більшість учасників туристичного ринку віддають перевагу технології онлайн-бронювання, що дає змогу отримувати в будь-який момент оперативну інформацію щодо цін і кількості вільних місць, а також стежити за проходженням замовлення на всіх етапах його здійснення. Як підкреслюють Н. Гуржій та А. Третинко (2013), «поява нової програми цього виду дозволила не лише здешевити засоби зв'язку, але й дала можливість працювати всім учасникам туристичного ринку як єдиного офісу» (с. 222).

Одним з напрямів упровадження новітніх ІКТ у туристичній сфері є використання системи резервування CRS (Computer Reservations System), яка дала змогу прискорити процес резервування авіаквитків і здійснювати його в режимі реального часу. Це підвищило якість сервісних послуг через зменшення часу обслуговування клієнтів, збільшення обсягів і різноманітності пропонованих послуг, а також з'явилася можливість забезпечення оптимізації завантаження авіалайнерів, реалізації стратегії гнучкого ціноутворення, застосування нових управлінських методів тощо. Висока надійність і зручність цієї системи резервування сприяла її швидкому та широкому поширенню (Сагірова, 2019).

Висновки

У сучасних умовах розвиток туристичного бізнесу значно залежить від упровадження інноваційних технологій. На сьогодні у сфері туризму простежуємо тенденцію до активного використання інформаційних технологій, які не тільки оптимізують туристичну діяльність, а й впливають на конкурентоспроможність підприємств на ринку.

Список бібліографічних посилань

- Батьковець, Н. О., & Бурса, О. В. (2016) Аналіз сучасних тенденцій застосування інновацій у туристичній галузі. *Глобальні та національні проблеми економіки*, 11, 263–266.
- Боднарук, О. В. (2019). Використання інноваційних маркетингових технологій в туристичній індустрії. *Вісник Приазовського державного технічного університету. Серія «Економічні науки»*, 37, 97–104. <https://doi.org/10.31498/2225-6725.37.2019.187943>
- Верховна Рада України. (2002, 4 липня). *Про інноваційну діяльність* (№ 40-IV). <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/40-15#Text>
- Гуржій, Н. М., & Третинко, А. В. (2013). Інноваційні технології в туристичній індустрії. *Сталий розвиток економіки*, 3, 221–224.
- Гуцол, А. (Уклад.). (2015). *Інноваційні технології в туризмі*. ПП «Поліграф-Сервіс».

- Драчук, Ю. З., & Дульцева, І. І. (б.д.). *Інноваційні маркетингові технології суб'єктів туристичної діяльності*. <https://core.ac.uk/download/pdf/60811627.pdf>
- Корнілова, В. В. (2018). Практичний аспект застосування інновацій у туристичному бізнесі. *Інвестиції: практика та досвід*, 7, 25–30.
- Мірошник, Р. О., & Щир, І. В. (2013). Розвиток туристичної галузі України: особливості та проблеми. *Вісник Національного університету «Львівська політехніка». Проблеми економіки та управління*, 754, 41–46.
- Оливко, О. А., & Феш, М. С. (2017, 28–29 квітня). Переваги інтернет-бронювання готелів. В *Міжнародний бізнес та замковий туризм в Україні: сучасний стан і перспективи розвитку*, Матеріали міжнародної науково-практичної конференції (с. 193–194), Тернопіль-Збараж, Україна. Тернопільський національний економічний університет.
- Сагірова, А. С. (2019, 16–17 травня). Потенціал ІТ-технологій у стимулюванні ринку туристичних послуг. В *Університетська наука. 2019, Тези доповідей Міжнародної науково-технічної конференції* (Т. 4, с. 103–104), Маріуполь, Україна. Приазовський державний технічний університет.
- Фролова, Т. А. (2011). *Економіка и управление в сфере социально-культурного сервиса и туризма*. Издательство Таганрогского технологического института Южного федерального университета.
- Шимановська-Діаніч, Л. М., & Білінська, О. П. (2019). Інноваційні технології як інструмент інноваційного розвитку сфери туризму. *Європейський вектор економічного розвитку*, 1(26), 155–163. <https://doi.org/10.32342/2074-5362-2019-1-26-11>

References

- Batkovets, N. O., & Bursa, O. V. (2016). Analiz suchasnykh tendentsii zastosuvannya innovatsii u turystychnii haluzi [Analysis of current trends in innovations using in tourism industry]. *Global and National Problems of Economy*, 11, 263–266 [in Ukrainian].
- Bodnaruk, O. V. (2019). Vykorystannya innovatsiinykh marketynhovykh tekhnolohii v turystychnii industrii [Using innovative marketing technologies in the tourism industry]. *Reporter of the Priazovskyi State Technical University. Economic Sciences Series*, 37, 9–104. <https://doi.org/10.31498/2225-6725.37.2019.187943> [in Ukrainian].
- Drachuk, Yu. Z., & Dultseva, I. I. (n.d.). *Innovatsiini marketynhovi tekhnolohii subiektiv turystychnoi diialnosti [Innovative marketing technologies of tourism entities]*. <https://core.ac.uk/download/pdf/60811627.pdf> [in Ukrainian].
- Frolova, T. A. (2011). *Ekonomika i upravlenie v sfere sotsialno-kulturnogo servisa i turizma [Economics and Management in the Field of Social and Cultural Services and Tourism]*. Izdatel'stvo Taganroгskogo tekhnologicheskogo instita Yuzhnogo federal'nogo universiteta [in Russian].
- Hurzhiy, N. M., & Tretynko, A. V. (2013). Innovatsiini tekhnolohii v turystychnii industrii [Innovative technologies in the tourism industry]. *Sustainable Development of Economy*, 3, 221–224 [in Ukrainian].
- Hutsol, A. (Comp.). (2015). *Innovatsiini tekhnolohii v turyzmi [Innovative Technologies in Tourism]*. PP "Polihraf-Servis" [in Ukrainian].
- Kornilova, V. V. (2018). Praktychnyi aspekt zastosuvannya innovatsii u turystychnomu biznesi [The practical aspect of innovations' application in the tourism business]. *Investytsiyi: Praktyka ta Dosvid*, 7, 25–30 [in Ukrainian].

- Miroshnyk, R. O., & Shchyr, I. V. (2013). Rozvytok turystychnoi haluzi Ukrainy: osoblyvosti ta problemy [Development of tourism industry of Ukraine: peculiarities and problems]. *Bulletin of Lviv Polytechnic National University. Problems of Economics and Management*, 754, 41–46 [in Ukrainian].
- Olyvko, O. A., & Fesh, M. S. (2017, April 28–29). Perevahy internet-broniuvannia hoteliv [Benefits of online hotel booking]. In *Mizhnarodnyi biznes ta zamkovyi turizm v Ukraini: suchasnyi stan i perspektyvy rozvytku [International Business and Castle Tourism in Ukraine: Current Status and Prospects]*, Proceedings of the international scientific-practical conference (pp. 193–194), Ternopil-Zbarazh, Ukraine. Ternopil National University of Economics [in Ukrainian].
- Sahirova, A. S. (2019, May 16–17). Potentsial IT-tekhnologii u stymuliuванні rynku turystychnykh posluh [The potential of IT technologies in stimulating the market of tourist services]. In *Universytetska nauka. 2019 [University Science. 2019]*, Abstracts of the International Scientific and Technical Conference (Vol. 4, pp. 103–104), Mariupol, Ukraine. Pryazovskiy State Technical University [in Ukrainian].
- Shymanovska-Dianychn, L. M., & Bilinska, O. P. (2019). Innovatsiini tekhnologii yak instrument innovatsiinoho rozvytku sfery turyzmu [Innovative technologies as a tool for innovative development of tourism]. *European Vector of Economic Development*, 1(26), 155–163 <https://doi.org/10.32342/2074-5362-2019-1-26-11> [in Ukrainian].
- Verkhovna Rada of Ukraine. (2002, July 4). *Pro innovatsiinu diialnist [About Innovation Activity]* (№ 40-IV). <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/40-15#Text> [in Ukrainian].

CURRENT TRENDS IN THE APPLICATION OF INNOVATIVE TECHNOLOGIES IN THE TOURIST FIELD

Tetiana Zubekhina^{1a}, Nataliia Olhova-Marchuk^{2a}, Volodymyr Kushnir^{3a}

¹ PhD in Pedagogy, Associate Professor, Head of the Department of Economics and Tourism; e-mail: tatius88@gmail.com; ORCID:0000-0001-9929-4405

² PhD in Pedagogy, Associate Professor at the Department of Economics and Tourism; e-mail: sirius_2010@inbox.ru; ORCID:0000-0001-7656-6666

³ Senior Lecturer at the Department of Economics and Tourism; e-mail: kushavv@gmail.com; ORCID:0000-0002-1425-1025

³ Academy of Recreational Technologies and Law, Lutsk, Ukraine

Abstract

The article analyzes the current trends in the use of innovative technologies in the field of tourism.

The essence of innovative technologies in tourism and their role in the development of tourism is determined. It has been found that innovations in tourism are the creation of a new or improvement of an existing product using the latest techniques, technologies and resources.

It was found that in the field of tourism the use of modern information technologies is relevant, in particular: mobile Internet; electronic catalogues with leisure offers; electronic

booking systems; social information networks; electronic ticketing systems; Internet advertising; convenient payment systems, etc.

It is established that Internet technologies are an effective means of forming a positive image of the enterprise; promotion of new types of tourist services; informing consumers about new tours or promotions, as well as promoting them on the market, etc.

Examples of modern innovative technologies used in the field of tourism are given and the expediency of their introduction is proved. It has been found that in modern conditions it is important to visit online museums and virtual 3D tours, which allow you to travel via the Internet.

It is proved that social information networks are an effective tool that affects the consumption of tourist services. They allow tourists to share their own tourist experience, impressions of hotels, level of service and more.

It was found that at the present stage of tourism development it is important to form and effectively operate a system of innovation management. The necessity of the development of the newest directions of Internet marketing in the field of tourism is proved.

It is established that the introduction of innovative technologies ensures the effective development of the tourism sector in modern conditions, as well as gives a significant competitive advantage.

Keywords: innovative development; innovative activity; innovative technologies; tourism; information technologies

