

Олександра В. Ольшанська¹, Сергій В. Палієнко²

ІНФОРМАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ В БІЗНЕС-ПЛАНУВАННІ ТУРИСТИЧНИХ КОМПАНІЙ: ІННОВАЦІЇ ТА ЕФЕКТИВНІСТЬ У ВИКОРИСТАННІ РЕКРЕАЦІЙНИХ РЕСУРСІВ

У цій статті досліджується роль інформаційних технологій у бізнес-плануванні туристичних компаній, зокрема їх вплив на інновації та ефективність використання рекреаційних ресурсів. Розглядаються основні види інформаційних технологій, які використовуються в туристичному секторі, такі як CRM-системи, онлайн-бронювання, аналітичні платформи, мобільні додатки та інші. Аналізуються переваги та інновації, включаючи віртуальну реальність (VR), доповнену реальність (AR), великі дані (Big Data) та блокчейн. Особлива увага приділяється оптимізації використання рекреаційних ресурсів та збереженню природних і культурних об'єктів за допомогою інформаційних технологій. На основі прикладів успішного впровадження IT-рішень у різних країнах, стаття пропонує практичні рекомендації для туристичних компаній щодо впровадження сучасних технологій та підвищення ефективності використання рекреаційних ресурсів.

Ключові слова: інформаційні технології, бізнес-планування в туризмі, рекреаційні ресурси, туристичні компанії.

Табл. 1. Літ. 14.

DOI: 10.32752/1993-6788-2024-2-282-31-37

Oleksandra V. Olshanska, Serhiy V. Palienko

INFORMATION TECHNOLOGIES IN BUSINESS PLANNING OF TOURISM COMPANIES: INNOVATIONS AND EFFICIENCY IN THE USE OF RECREATIONAL RESOURCES

This article examines the role of information technologies in business planning of tourism companies, in particular their impact on innovations and the efficiency of the use of recreational resources. The main types of information technologies used in the tourism sector are considered, such as CRM systems, online booking, analytical platforms, mobile applications and others. The advantages and innovations are analyzed, including virtual reality (VR), augmented reality (AR), big data (Big Data) and blockchain. Special attention is paid to optimizing the use of recreational resources and preserving natural and cultural objects using information technologies. Based on examples of successful implementation of IT solutions in different countries, the article offers practical recommendations for tourism companies on the implementation of modern technologies and increasing the efficiency of the use of recreational resources.

Keywords: information technology, business planning in tourism, recreational resources, tourism companies.

Peer-reviewed, approved and placed: 05.12.2024

Постановка проблеми. Конкуренція спонукає компанії шукати і знаходити більш модифіковані інструменти формування конкурентних переваг власного бізнесу. Своєрідний внесок до загострення конкуренції вносять інформаційні технології — цифровізація в сучасному суспільстві є ключовим трендом і рушійним фактором розвитку бізнесу, оскільки

¹ Open International University of Human Development "Ukraine". Ukraine.

² Open International University of Human Development "Ukraine". Ukraine.

інноваційні інформаційні технології трансформують і продовжують змінювати бізнесові підходи, продукцію та послуги. Крім прямої вигоди у вигляді підвищення продуктивності, цифрова трансформація також має безліч інших ефектів, таких як економія часу, створення нового попиту на інноваційні товари та послуги, підвищення якості та цінності тощо.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Вивчення застосування новітніх інформаційних технологій у діяльності туристичних підприємств і в туризмі загалом проводили такі вчені, як Г. Гапоненко, Дж. Діше, Л. Кльоба, Р. Ко-жухівська, О. Кучай, І. Тишук, О. Ільїна та інші.

Мета дослідження. Стаття має на меті вивчити сучасні інформаційні технології, які застосовуються у туристичному секторі, проаналізувати їхні переваги та інноваційні рішення, а також оцінити їхню роль у збереженні та оптимальному використанні рекреаційних ресурсів.

Основні результати дослідження. Інформаційні технології відіграють ключову роль у сучасному бізнес-плануванні, забезпечуючи ефективність, точність та інновації в управлінських процесах.

ІТ дозволяють автоматизувати рутинні завдання, що значно скорочує час та зусилля, витрачені на їх виконання, що підвищує продуктивність та дозволяє працівникам зосередитися на більш стратегічних завданнях.

Таблиця 1. Види інформаційних технологій, які використовуються в туристичних компаніях, побудовано авторами

Технології	Опис
CRM-системи (Customer Relationship Management)	CRM-системи допомагають туристичним компаніям керувати взаємодією з клієнтами. Вони дозволяють збирати та аналізувати дані про клієнтів, відстежувати історію взаємодії, персоналізувати маркетингові кампанії та покращувати обслуговування клієнтів.
Онлайн-бронювання	Системи онлайн-бронювання дозволяють клієнтам самостійно бронювати тури, готелі, авіаквитки та інші послуги через інтернет. Це забезпечує зручність для клієнтів та підвищує ефективність роботи компанії, автоматизуючи процес бронювання
Аналітичні платформи	Аналітичні платформи дозволяють туристичним компаніям здійснювати глибокий аналіз даних, виявляти тенденції та прогнози. Це включає аналіз поведінки клієнтів, оцінку ефективності маркетингових кампаній, аналіз конкурентного середовища тощо
Мобільні додатки	Мобільні додатки надають клієнтам можливість отримувати доступ до інформації про тури, бронювати послуги, отримувати підтримку та використовувати інші функції з мобільних пристроїв. Це підвищує зручність для клієнтів та забезпечує їм більш гнучкі можливості взаємодії з компанією
Системи управління турсервісною діяльністю	Ці системи допомагають керувати усіма аспектами діяльності турсервісу, включаючи управління маршрутами, організацію турів, управління ресурсами та фінансове планування
Соціальні мережі та платформи для відгуків	Використання соціальних мереж та платформ для відгуків дозволяє туристичним компаніям взаємодіяти з клієнтами, отримувати зворотний зв'язок, відповідати на питання та управляти репутацією компанії

На початку 90-х років системи класу MRPII в інтеграції з модулем фінансового планування (FRP) отримали назву систем планування ресурсів підприємства (Enterprise Resource Planning - ERP). ERP-система - це набір інтегрованих програм, що дозволяють створити інтегровану інформаційну середовище для автоматизації планування, обліку, контролю та аналізу всіх основних бізнес-операцій підприємства. Наступним етапом розвитку КІС можна вважати появу концепції CSRP-планування ресурсів, синхронізоване з покупцем. Виникнення таких систем стало наслідком того, що виробництво стало підлаштовуватися під потреби споживача. CSRP у свою чергу підготувала ґрунт для систем нового класу в управлінні підприємством - CRM (Customer Relationship Management) - управління взаємовідносинами з клієнтами та PRM (Partner Relationship Management) - управління взаємовідносинами з партнерами. PRM та CRM-системи багато експертів розглядають не тільки як інформаційну систему і технологію, але і як бізнес-стратегію. Як правило, PRM та CRM-системи складаються з модулів управління контактами, автоматизації продажів, підтримки користувачів і ряду інших в залежності від функціональності [5].

За допомогою ІТ можна здійснювати аналіз великих обсягів даних (Big Data), що дозволяє краще розуміти ринки, поведінку споживачів та виявляти тенденції. Це сприяє більш обґрунтованому прийняттю рішень. Використання програмного забезпечення для планування ресурсів підприємства (ERP) дозволяє ефективно планувати та керувати ресурсами, прогнозувати попит та оцінювати можливі ризики.

Інформаційні технології забезпечують швидку та ефективну комунікацію всередині компанії та з зовнішніми партнерами, що включає електронну пошту, відеоконференції, системи миттєвих повідомлень тощо. ІТ стимулюють інновації, надаючи доступ до новітніх технологій, таких як штучний інтелект, блокчейн, віртуальна та доповнена реальність. Це дозволяє компаніям створювати нові продукти та послуги, що відповідають сучасним вимогам ринку [4].

Одними з найважливіших напрямів розвитку цифрових технологій у туризмі є використання штучного інтелекту, віртуальної реальності, аналізу великих обсягів даних (Big Data) та блокчейн-технологій. Ці технології активно розвиваються та мають значний вплив на туристичну галузь. Аналіз даних сприяє прогнозуванню попиту та оптимізації цін. Великі обсяги даних дозволяють створювати більш ефективні маркетингові кампанії, орієнтувати рекламу та пропонувати знижки відповідно до інтересів користувачів. Використання Big Data для моніторингу відгуків і рейтингів допомагає вдосконалювати послуги [7].

Штучний інтелект обробляє великі обсяги даних про подорожі, що дозволяє ефективно прогнозувати попит та рекомендувати маршрути та послуги. Віртуальна реальність дозволяє подорожуючим віртуально відвідувати музеї, історичні місця та інші визначні локації з будь-якої точки світу. VR створює імерсійний досвід, даруючи відчуття присутності в різних місцях та дозволяє відчувати себе частиною іншої культури.

Blockchain-технології забезпечують безпеку, ефективність та зниження витрат у туристичному бізнесі. Розподілена база даних зберігається на

комп'ютерах у різних місцях, що унеможливило змiну даних без погодження всiх учасникiв мережi. Такi системи мають низькi комiсiйнi та високу захищенiсть даних, оскiльки iнформацiя зберiгається на розподiлених вузлах мережi.

Цi технологiї не лише покращують процеси та послуги в туристичнiй галузi, але й створюють новi можливостi для розвитку та пiдвищення конкурентоспроможностi.

Туристичнi компанiї мають свої унiкальнi особливостi та потреби, пов'язанi з використанням рекреацiйних ресурсiв, якi полягають у рiзноманiтностi послуг, iх сезонностi, необхідностi збереження рекреацiйних ресурсiв та пiдвищення якостi обслуговування.

Туристичнi компанiї пропонують широкий спектр послуг, включаючи органiзацiю подорожей, екскурсiй, розмiщення, харчування та розваги. Це вимагає комплексного пiдходу до планування та управлiння ресурсами. Багато туристичних послуг мають сезонний характер, що створює додатковi виклики в плануваннi та управлiннi. Використання IT дозволяє краще прогнозувати попит та планувати ресурси у вiдповiдностi до сезонних змiн.

Туристичнi компанiї повиннi забезпечувати збереження природних та культурних об'єктiв, якi є основою iх бiзнесу. За допомогою iнформацiйних технологiй вони мають можливiсть монiторити стан ресурсiв, оптимiзувати iх використання та мiнiмiзувати негативний вплив на навколишнє середовище. Використання IT дозволяє покращити якiсть обслуговування клiєнтiв, забезпечуючи швидкий доступ до iнформацiї, онлайн-бронювання, персоналiзованi пропозицiї та iншi послуги, що пiдвищують задоволенiсть клiєнтiв. CRM дозволяє вести роботу з потенцiйними i дiючими клiєнтами по формалiзованому бiзнес-процесу, причому алгоритм процесу залежить вiд сукупностi параметрiв даного клiєнта (тип клiєнта, прибутковiсть клiєнта, рiчний обсяг, розмiр компанiї (для юридичних осiб), форма обслуговування).

Туристичний ринок є висококонкурентним, тому компанiї повиннi постiйно шукати шляхи пiдвищення своєї конкурентоспроможностi. IT дозволяють впроваджувати iнновацiї, оптимiзувати бiзнес-процеси та створювати унiкальнi туристичнi продукти. Iнформацiйнi технологiї є важливим iнструментом для сучасних туристичних компанiй, допомагаючи їм ефективно планувати та управляти своїми ресурсами, зберiгати рекреацiйнi об'єкти та забезпечувати високу якiсть послуг для клiєнтiв.

Завдання побудови взаємодiї з клiєнтами та партнерами стає однією з головних при зростаннi обсягу продажiв. Внутрiшньокорпоративна система, що використовується туристичним агентством, повинна дозволити зберегти напрацьованi клiєнтську та партнерську бази даних i iсторiю взаємовiдносин зi своїми клiєнтами та партнерами (готелi, перевiзники, туроператори та агенти). Це буває важливим при необхідностi повiдомлення клiєнтiв або партнерiв про змiну адреси агентства або виходi спецiальної пропозицiї, яка могла б заiкавити постiйного клiєнта, виходячи з його попереднiх замовлень. Як i в будь-якому iншому бiзнесi, постiйнi клiєнти i надiйнi партнери турагентства – його головне багатство, i ставитися до iнформацiї про них треба вiдповiдно. Для управлiння взаємовiдночинами з клiєнтами та партнерами

туристичні фірми використовують сучасні інтегровані CRM-системи (Customer Relationship Management) та PRM- системи (Partner Relationship Management), що дозволяють отримувати максимальну інформацію про клієнта або партнера в момент спілкування з ним.

Основна ідея CRM (PRM) - систем: «Замість турботи про клієнтів (партнерів) - турбота про клієнта (партнера)». Причому про кожного з них індивідуально [2, с.126].

Зібрана і оброблювана інформація про клієнта (історія його поїздок, середньостатистичний бюджет, потреби) використовується для того, щоб більш точно специфікувати пропозиції конкретному клієнтові, які з великою долею вірогідності можуть бути ним прийняті. Інформація ж про партнера дозволить турагентові грамотно побудувати розмову щодо замовлення, а також обговорити, наприклад, систему знижок на підставі інформації щодо таких договорів.

Інтернет-CRM (PRM) - системи орієнтовані на зростання кількості клієнтів та партнерів, які спілкуються з компаніями через Інтернет.

Функціональні можливості CRM (PEM) - систем:

- управління контактами (інформація про клієнта або партнера, історія контактів);
- управління діяльністю (календар, діловий щоденник);
- управління зв'язком (передача інформації, її збереження і т.д.);
- прогнозування (перспективи продажу, прогноз, маркетинг);
- управління спонукаючими чинниками залучення клієнтів та партнерів;
- управління замовленнями, отримання інформації про туристичні послуги, наявність місць, розміщення інформації в системах on-line- бронювання;
- управління документацією, розробка, впровадження стандартів, звітів, інформаційно-рекламних матеріалів;
- аналіз продажів, надання аналітичних можливостей в дані про продажі;
- конфігурація продукту, зберігання інформації про альтернативні варіанти турпродуктів і їх цінні характеристики;
- енциклопедія маркетингу надає оновлену інформацію про туристичні послуги, ціни, рекламні заходи, результати різних досліджень (наприклад, фактори, що мають вплив на прийняття рішення про купівлю) та ознайомлювальну інформацію про конкурентів [3, с.45-46].

Великі CRM та PRM - системи, націлені на вирішення проблеми спілкування з клієнтами та партнерами в тих випадках, коли таких клієнтів і партнерів дуже багато, а кількість звернень в компанію може обчислюватися тисячами протягом дня. Основна мета роботи CRM та PRM - системи - отримати найбільш повну інформацію про покупця для найкращого його обслуговування.

Якщо потенційний клієнт або партнерів звертається на web-сайт компанії і поринає досить глибоко в інформаційне дерево сайту, то таке звернення розцінюється системою як таке, що заслуговує уваги і повідомлення про цього клієнта або партнера передається на робоче місце експерта, працюючого в офісі туристичної компанії.

Висновки. Отже, інформаційні технології дозволяють автоматизувати в туристичних компаніях рутинні завдання, такі як обробка бронювань, управління розкладом, виставлення рахунків та звітність. Це зменшує навантаження на персонал та підвищує ефективність роботи компанії. Системи управління ресурсами (ERP) та аналітичні платформи дозволяють здійснювати комплексний аналіз даних, що допомагає приймати обґрунтовані управлінські рішення. Це включає прогнозування попиту, планування ресурсів та оцінку ефективності бізнес-стратегій.

Використання CRM-систем та мобільних додатків дозволяє персоналізувати взаємодію з клієнтами, швидко реагувати на їхні потреби та надавати їм високоякісні послуги, що підвищує задоволеність клієнтів та сприяє зростанню лояльності.

Автоматизація процесів та ефективне управління ресурсами дозволяють знизити операційні витрати компанії. Це включає зниження витрат на персонал, оптимізацію витрат на маркетинг та зменшення витрат на обслуговування клієнтів.

Інформаційні технології дозволяють впроваджувати інновації, створювати унікальні туристичні продукти та послуги, що підвищує конкурентоспроможність компанії на ринку. Це також включає використання новітніх технологій для підвищення якості послуг та зручності для клієнтів. Інформаційні технології відіграють ключову роль у бізнес-плануванні туристичних компаній, допомагаючи їм підвищувати ефективність управління, покращувати обслуговування клієнтів та забезпечувати сталий розвиток.

1. Гапоненко Г.І., Шульга Н.В. Сучасні тенденції та перспективи впровадження інформаційних технологій в туристичній галузі України. Вісник ХНУ ім. В. Н. Каразіна. Серія Міжнародні відносини. Економіка. Країнознавство. Туризм». 2020. №11. С. 102-111.

2. Діше Дж. CRM-навігатор. Посібник з управління взаєминами з клієнтами / Пер. з англ. О. Сисоевої. К., 2006. 375 с.

3. Кльоба Л.Г., Кльоба Р.Л. Використання маркетингового підходу до управління. Вісник Львівська політехніка. №4. 2010. С.45-47

4. Кожухівська Р. Б., Непочатенко В. О. Digital-технології як основа розвитку туристичної діяльності в Україні. Економіка та держава. 2020. № 7. С. 93–98

5. Костинець Ю.В. Інформаційне забезпечення маркетингового управління на ринку посередницьких послуг. Актуальні проблеми економіки. 2011. № 11. С. 73-77

6. Кучай О. Інтернет-технології та міжнародний туристичний бізнес. Вісник Київського національного лінгвістичного університету. Серія Економіка, 2021. № 26. С. 44–56.

7. Тишук І., Ільїна О. Digital-технології у сучасному туристичному бізнесі: особливості розвитку та перспективи. Економічний форум. 2024. 1. 38-49.

8. Amadeus.com. Amadeus – The leading provider of travel technology solutions. (2023) URL: <https://amadeus.com/en>

9. Galileo.com. Galileo – The most trusted name in travel. (2023). URL: <https://www.galileo.com/>.

10. Kopanaki, E., Stroumpoulis, A., Oikonomou, M. (2021). The impact of blockchain technology on food waste management in the hospitality industry (2021). Entrenova-enterprise Research Innovation. 2021. 7 (1). P. 428–437.

11. Narayanan, A., Bonneau, J., Felten, E., Miller, A., Goldfeder, S., Clark, J. (2016). Bitcoin and Cryptocurrency Technologies Introduction to the Book. Princeton, NJ: Princeton University Press. 336 p.

12. Haponenko H., Vasylenko V. Prospects for the use of blockchain technology in the tourism industry. The Journal of V.N. Karazin Kharkiv National University Series "International Relations. Economics. Country Studies. Tourism". 2019. № 10. P. 193199 doi: 10.26565/2310951320191020

13. Sabre.com. Sabre – An innovative technology company. URL: <https://www.sabre.com/>
14. We are social 2023: соціальні мережі, інтернет та тенденції електронної комерції. (2023). URL: <https://elit-web.ua/ua/blog/we-are-social-2023>

1. Haponenko H.I., Shulha N.V. Suchasni tendentsii ta perspektyvy vprovadzhennia informatsiynykh tekhnolohii vturystychnii haluzi Ukrainy. Visnyk KhNU im. V. N. Karazina. Serii Mizhnarodni vidnosyny. Ekonomika. Krainoznavstvo. Turyzm». 2020. No11. S. 102-111.
2. Dishe Dzh. CRM-navihator. Posibnyk z upravlinnia vzaiemynamy z kliientamy / Per. z anhli. O. Sysoievoi. K., 2006. 375 s.
3. Kloba L.H., Kloba R.L. Vykorystannia marketynhovoho pidkhodu do upravlinnia. Visnyk Lvivska politekhnika. №4. 2010. S.45-47
4. Kozhukhivska R. B., Nepochatenko V. O. Digital-tekhnohii yak osnova rozvytku turystychnoi diialnosti v Ukraini. Ekonomika ta derzhava. 2020. No 7. S. 93–98
5. Kostynets Yu.V. Informatsiine zabezpechennia marketynhovoho upravlinnia na rynku poserednytskykh posluh. Aktualni problemy ekonomiky. 2011. № 11. S. 73-77
6. Kuchai O. Internet-tekhnohii ta mizhnarodnyi turystychnyi biznes. Visnyk Kyivskoho natsionalnoho linhvistychnohouniversytetu. Serii Ekonomika, 2021. No 26. S. 44–56.
7. Tyshchuk I., Ilina O. Digital-tekhnohii u suchasnomu turystychnomu biznesi: osoblyvosti rozvytku ta perspektyvy. Ekonomichnyi forum. 2024. 1. 38-49.
8. Amadeus.com. Amadeus – The leading provider of travel technology solutions. (2023) URL: <https://amadeus.com/en>
9. Galileo.com. Galileo – The most trusted name in travel. (2023). URL: <https://www.galileo.com/>.
10. Kopanaki, E., Stroumpoulis, A., Oikonomou, M. (2021). The impact of blockchain technology on food waste management in the hospitality industry (2021). Entrenova-enterprise Research Innovation. 2021. 7 (1). P. 428–437.
11. Narayanan, A., Bonneau, J., Felten, E., Miller, A., Goldfeder, S., Clark, J. (2016). Bitcoin and Cryptocurrency Technologies Introduction to the Book. Princeton, NJ: Princeton University Press. 336 p.
12. Haponenko H., Vasylenko V. Prospects for the use of blockchain technology in the tourism industry. The Journal of V.N. Karazin Kharkiv National University Series "International Relations. Economics. Country Studies. Tourism". 2019. № 10. R. 193199 doi: 10.26565/2310951320191020
13. Sabre.com. Sabre – An innovative technology company. URL: <https://www.sabre.com/>
14. We are social 2023: sotsialni merezhi, internet ta tendentsii elektronnoi komertsii. (2023). URL: <https://elit-web.ua/ua/blog/we-are-social-2023>