УДК 338.488

DOI: <https://doi.org/10.32847/business-navigator.62-12>

Лисюк Т.В.

кандидат педагогічних наук,
доцент кафедри туризму та готельного господарства
Волинський національний університет імені Лесі Українки

Терещук О.С.

кандидат географічних наук,
доцент кафедри туризму та готельного господарства
Волинський національний університет імені Лесі Українки

Арендарчук А.А.

магістр
Волинський національний університет імені Лесі Українки

Lysiuk Tetiana

Candidate of Pedagogical Sciences,
Associate Professor at the Department of Tourism and Hospitality
Lesia Ukrainka Volyn National University

Tereshchuk Oksana

Candidate of Geographical Sciences,
Associate Professor at the Department of Tourism and Hospitality
Lesia Ukrainka Volyn National University

Arendarchuk Anastasiia

Master
Lesia Ukrainka Volyn National University

ТЕХНОЛОГІЧНІ ІННОВАЦІЇ У ДІЯЛЬНОСТІ ВІТЧИЗНЯНИХ ТУРИСТИЧНИХ ПІДПРИЄМСТВ

Лисюк Т.В., Терещук О.С., Арендарчук А.А. Технологічні інновації у діяльності вітчизняних туристичних підприємств. У статті представлено результати дослідження використання технологічних інновацій на вітчизняному туристичному ринку в умовах посилення конкуренції та несприятливого для туристичного бізнесу періоду. Проаналізовано найбільші комп'ютерні системи резервування та бронювання, їх упровадження на вітчизняному туристичному ринку. Досліджено вебсайти туристичних підприємств, а саме їх функціональність та інформативність, та знайдено причини низької популярності сайтів деяких туристичних підприємств. Дано визначення на перераховано переваги використання CRM-систем у туристичній діяльності. Виокремлено та проаналізовано найпопулярніші CRM-системи на українському ринку. Розглянуто найновіші технологічні рішення, які використовують вітчизняні підприємства для оптимізації роботи та підвищення продажів. Визначено найновіші технології, які використовуватимуться в туризмі та які потребують подальшого дослідження. Указано недоліки в інноваційній діяльності вітчизняного туристичного ринку. Наукова новизна отриманих результатів дослідження полягає в оновленні й узагальненні інформації про використання технологічних інновацій українськими туристичними фірмами. Унікальність статті полягає також у тому, що було дано приклади туристичних підприємств, які активно застосовують ту чи іншу технологічну інновацію у своїй діяльності. Таким чином, дана інформація дає змогу побачити, які туристичні підприємства є найбільш інноваційними і, як наслідок, конкурентоспроможними на туристичному ринку. Подальші дослідження можуть бути спрямовані на визначення готовності вітчизняного туристичного ринку до запровадження найбільш новітніх технологій, таких як чат-боти, блокчейн-технології, штучний інтелект та Інтернет речей.

Ключові слова: туризм, інновації, технології, туристичний ринок, Інтернет.

Лысюк Т.В., Терещук О.С., Арендарчук А.А. Технологические инновации в деятельности отечественных туристических компаний. В статье представлены результаты исследования использования технологических инноваций на отечественном туристическом рынке в условиях усиления конкуренции и неблагоприятного для туристического бизнеса периода. Проанализированы самые большие компьютерные системы резервирования и бронирования, их внедрение на отечественном туристическом рынке. Исследованы сайты туристических компаний, а именно их функциональность и информативность, и найдены причины низкой популярности сайтов некоторых туристических предприятий. Дано определение и перечислены

преимущества использования CRM-систем в туристической деятельности. Выделены и проанализированы самые популярные CRM-системы на украинском рынке. Рассмотрены новейшие технологические решения, которые используют отечественные предприятия для оптимизации работы и повышения продаж. Научная новизна исследования заключается в обновлении и обобщении информации об использовании технологических инноваций украинскими туристическими фирмами. Уникальность статьи заключается также в том, что приведены примеры туристических предприятий, которые активно применяют ту или иную технологическую инновацию в своей деятельности. Таким образом, данная информация позволяет увидеть, какие туристические предприятия являются наиболее инновационными и, как следствие, конкурентоспособными на туристическом рынке. Дальнейшие исследования могут быть направлены на определение готовности отечественного туристического рынка к внедрению наиболее новейших технологий, таких как чат-боты, блокчейн-технологии, искусственный интеллект и Интернет вещей.

Ключевые слова: туризм, инновации, технологии, туристический рынок, Интернет.

Lysiuk Tetiana, Tereshchuk Oksana, Arendarchuk Anastasiia. Technological innovations in the activities of domestic tourist enterprises. The article presents the results of a study of the use of technological innovations in the domestic tourism market in conditions of increased competition and unfavorable for the tourism business period; all scientific works and additional literature on innovations in domestic tourism enterprises were analyzed, foreign experience of innovative activity was also studied; the main trends of technological innovations in the tourism market of the domestic market are highlighted: global computer reservation systems, automation of the enterprise using the CRM-system, providing information support to customers on the websites of the enterprises; the largest computer reservation and booking systems and their introduction in the domestic tourist market were analyzed; researched the websites of tourist enterprises, namely their functionality and informativeness and found the reasons for the low popularity of the sites of some tourist enterprises; the definition of the advantages of using CRM-systems in tourist activity is given; the most popular CRM-systems on the Ukrainian market are singled out and analyzed; the newest technological decisions which are used by the domestic enterprises for optimization of work and increase of sales are considered; identified the latest technologies that will be used in tourism and that need further research; shortcomings in the innovative activity of the domestic tourist market are indicated. The scientific novelty of the obtained research results is the updating and generalization of information on the use of technological innovations by Ukrainian travel companies. The uniqueness of the article is also that it gave examples of tourism companies that actively use a particular technological innovation in their activities. Thus, this information allows you to see which tourism companies are the most innovative and as a result competitive in the tourism market. Further research can be aimed at determining the readiness of the domestic tourism market to introduce the latest technologies, such as: chatbots, blockchain technology, artificial intelligence (AI) and the Internet of Things (IoT).

Key words: tourism, innovations, technologies, tourist market, Internet.

Постановка проблеми. У зв'язку зі світовою пандемією і закриттям кордонів міжнародний туризм отримав утричі більші збитки, ніж за часів останньої світової фінансової кризи 2009 р. Жодна країна світу не змогла уникнути впливу коронавірусної інфекції на туристичну індустрію. Не виняток і Україна. Останні надії на незначне відновлення сфери покладаються на внутрішній туризм. Проте для надання якісних туристичних послуг в умовах карантину необхідно знайти нові інноваційні рішення, зокрема технологічні, які гарантуватимуть безпеку туристів і працівників туристичних підприємств. Саме інноваційні зрушення дають змогу забезпечити конкурентоспроможність туристичних підприємств та надавати послуги високого рівня якості.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблемам використання інформаційно-інноваційних технологій у діяльності туристичних підприємств присвячено наукові роботи учених, серед яких – В. Зайцева, Д. Гурова, О. Корнієнко, Т. Кукліна, Л. Заневська. Проте дане питання через свою новизну не розкрито повністю, адже технологічно-інформаційні інновації постійно розвиваються й удосконалюються.

Формулювання завдання дослідження. Мета статті полягає в аналізі використання інформаційно-інноваційних технологій туристичними підприєм-

ствами України. Зокрема, стаття має на меті розкрити рівень використання технологій, які вже давно присутні у роботі закордонних туристичних підприємств. Ще одним завданням статті є виокремлення інноваційних технологій, які активно застосовуються саме на вітчизняному ринку.

Виклад основного матеріалу дослідження. Відомо, що туристична сфера в Україні є однією з найперспективніших, адже країна має всі умови для розвитку внутрішнього й іноземного туризму. До минулого року туристичні підприємства надавали переважно послуги з міжнародного туризму, проте пандемія внесла свої корективи, і тепер багато суб'єктів туристичних підприємств орієнтуються на внутрішнього туриста, якого потрібно забезпечити якісним обслуговуванням.

Сьогодні для вирішення різноманітних завдань та підвищення якості послуг у туризмі підприємствам пропонується широкий вибір новітніх технологій, серед яких: глобальні комп'ютерні системи резервування (GDS), інтегровані комунікаційні мережі, системи мультимедіа, смарт-картки, інформаційні системи менеджменту та багато інших.

Туристична сфера настільки багатогранна, що потребує використання найрізноманітніших інформаційних технологій.

У першу чергу розглянемо глобальні комп'ютерні системи резервування. Перші системи бронювання послуг з авіаперевезення почали з'являтися наприкінці 1950-х років, у готельній індустрії такі технології широко впроваджувалися у 1990-х роках, дещо пізніше – у туристичних підприємствах.

Комп'ютерні системи резервування надають авіа-послуги, послуги з проживання, оренди автомобілів, круїзні тури, повне інформаційне забезпечення про місце перебування, курси валют, повідомлення про погодні умови, автобусне і залізничне сполучення. Дані системи дають змогу бронювати всі основні складники туру – від номерів у готелях і авіаквитків до квитків у театр та страхових полісів.

Найбільшими глобальними комп'ютерними системами бронювання на міжнародному туристичному ринку є Amadeus, Galileo, Worldspan та Sabre.

Amadeus – глобальна комп'ютерна система бронювання авіаквитків, готелів, автомобілів, залізничних квитків, паромів та круїзів. Займає перше місце у світі за кількістю туристичних агентцій, які використовують дану систему.

Серед партнерів Amadeus 500 авіакомпаній, у тому числі український «Аеросвіт» та понад 20 російських авіакомпаній. Загалом система Amadeus дає змогу моніторити розклади 780 авіакомпаній по всьому світу та пропонує послуги 52 компаній із прокату автомобілів.

Дана система працює у понад 51 тис готелів. Серед найбільш відомих – мережеві готелі, такі як «Маріот», «Вестерн Хотелз», «Шератон». На деяких ринках «Амадеус» пропонує бронювання залізничних перевезень, паромів та круїзів.

Amadeus була першою і довгий час єдиною з ГРС, що прийшла до України на початку 90-х років. Її представництва діють у Києві та інших обласних і районних центрах України. Не випадково за кількістю підключених турфірм ця компанія з відривом лідирує на українському ринку: близько 500 агентцій України та Молдови бронюють авіаквитки, послуги з проживання та прокату автомобілів, залізничні квитки, круїзи та туристичні пакети. Сьогодні в Україні працює близько 1 500 терміналів Amadeus. До сфери відповідальності «Амадеус Україна» належить територія Молдови [1].

Galileo та Worldspan об'єднані під брендом Travelport, який є одним із найбільших провайдерів послуг електронної дистрибуції в туристичній індустрії.

Travelport представлений на всіх континентах у понад 170 країнах світу, продуктами компанії користуються більше ніж 60 тис туристичних агентств. Понад 500 авіаперевізників співпрацюють із системою бронювання, з більшістю авіакомпаній підписано договори, завдяки чому туристичні агентства мають доступ до повного списку тарифів і наявності місць авіакомпаній. Саме у Galileo представлено найбільше Low-cost перевізників, серед інших GDS.

У 2000 р. компанія Galileo офіційно відкрила своє представництво в Україні. Нині в системі Galileo працюють понад 300 вітчизняних туристичних агентств. Співпрацює з українськими авіакомпаніями «Міжнародні авіалінії України» та «Дніпроавіа». Серед турагентств: «Білетів світ», «Роза вітрів», «Николаевское агентство воздушных сообщений», «Сільпо Voyage», TPG, «Феєрія мандрів», «Фантазія світ» та ін.

Sabre GDS – глобальна система бронювання і дистрибуції туристичних послуг: понад 55 тис туристичних агентств і 160 тис. готелів, понад 400 авіакомпаній, 27 компаній із прокату автомобілів, 50 залізничних і 16 круїзних операторів.

Корпорація Sabre – постачальник технологій для індустрії подорожей та туризму. Sabre є провідною всесвітньою туристичною торговельною платформою зі щорічним оборотом коштів понад 120 млрд дол. Sabre обслуговує туристів у понад 160 країнах світу, проте спершу компанія була орієнтована на Європу та Північну Америку.

Також на українському ринку працює компанія Fidelio. Її представником в Україні є фірма HRS (Hotel AND Restaraunt Systems), що займається не лише реалізацією програмних продуктів даної фірми Fidelio, а й надає технічну підтримку цих систем, проводить навчання працівників. Комп'ютерна система Fidelio – одна з найпопулярніших систем, використовуваних у готельному господарстві, кількість її користувачів у світі перевищує 7,5 тис.

Серед українських готелів, які користуються даним продуктом, варто виділити: Citadel Inn, City Holiday, туристичний комплекс «Захар Беркут», національний готельний ланцюг Premier, Phillip Morris International, Optima Hotels by Reikartz, санаторно-курортний комплекс «Моршинкурорт», West Park Hotel, гірськолижний комплекс «Плай», санаторний комплекс «Деренівська купіль» та ін.

Для підключення до комп'ютерних систем бронювання необхідно укласти договір із туристичною фірмою. Ця послуга є платною і передбачає одноразову плату, яка спрямовується на надання необхідного програмного забезпечення для роботи в системі. Окрім того, під час використання системи туристичні підприємства повинні сплачувати певну абонплату незалежно від кількості бронювань. Своєю чергою, за кожне бронювання підприємство отримує комісійну винагороду.

Можливість роботи з комп'ютерними системами резервування для дрібних туристичних агентств надають туроператори, які виступають у ролі посередників між комп'ютерними системами резервування та туристичними агентствами. Туристичні оператори на своїх сайтах надають доступ до даних систем, після чого турагентства мають повноцінну можливість користуватися цими системами. Як приклад можна навести туроператорів «Ідріска-тур», «Феєрія», «Анекс-тур» та ін.

Серед вітчизняних систем пошуку і бронювання турів варто виділити «Айти-тур» (IT-tour) – це досить зручний та простий у використанні інструмент, який дає змогу провести пошук і бронювання найбажанішої пропозиції для туриста. Система дає змогу перевіряти тури на актуальність, наявність місць на чартерних авіарейсах усіх найбільших туроператорів України в режимі реального часу. Система «Айти-тур» орієнтована на українського турагента й є кращою вітчизняною системою пошуку і бронювання турів в Україні. Інтерфейс системи є дуже простим і не вимагає спеціального навчання персоналу.

Нині питання про підключення до глобальних комп'ютерних систем бронювання для деяких туристичних фірм залишається актуальним. Рішення про підключення повинне ухвалюватися на основі аналізу основних функцій і завдань конкретного туристичного

підприємства, а також з урахуванням кількості бронювань, які робить підприємство.

Сьогодні навіть маленькі туристичні підприємства мають власний вебсайт, що є необхідною умовою для функціонування бізнесу. Умовно сайти українських туристичних підприємств можна поділити на три групи (табл. 1).

Зазвичай використання глобальних комп'ютерних систем на українських туристичних фірмах зводиться або до бронювання і продажу авіаквитків, або до бронювання окремих туристичних послуг у складі індивідуальних турів. У першому варіанті вибір системи бронювання, до якої доречно підключитися фірмі, зводиться до аналізу обсягів продажів авіаквитків за напрямками та авіакомпаніями. Виходячи із цього, вибирають систему й авіакомпанію, з використанням якої максимально реалізуються туристичні послуги [2, с. 113, 115].

Вебсайти туристичних підприємств розміщують інформацію про саме підприємство, а також про асортимент послуг. Хоча більшість сайтів вітчизняних туристичних підприємств обмежується лише інформаційними матеріалами і не дає змоги клієнтам купувати тури онлайн. Окрім інформування, бронювання і продажу турів, сайти туристичних підприємств формують імідж, підтримують зв'язок із відвідувачами, дають можливість провести різні опитування.

Переважаю вебсайти туристичних операторів функціонально розвинені в середньому на 66,3%. Такі туристичні підприємства, як «Туристична фірма «САМ», ТОВ «Тезтур», ТОВ «Корал Тревел» та ТОВ «Арктур», мають високі показники функціональних можливостей вебсайту. Серед туристичних агентств середній показник функціональності вебсайту становить 57,1%, що є значно нижчим показником порівняно з туристичними операторами.

У сучасній вітчизняній туристичній індустрії можна виділити низку проблем, які є причиною низької популярності сайту серед потенційних туристів. Серед них виділимо дві головні проблеми:

1. Більшість вітчизняних туристичних підприємств не бере до уваги той факт, що будь-який Інтернет-проект створюється для кінцевого споживача і повинен бути орієнтований на нього. Тобто якщо користувач шукає можливість купити тур онлайн, то тур потрібно

зробити доступним для покупки. Якщо турист шукає інформацію, то вона повинна легко знаходитися і бути доступною для перегляду і швидкої навігації.

2. Лише одиниці вітчизняних туристичних підприємств регулярно і коректно працюють зі статистичними даними: аналізують сайти підприємств туристичної індустрії, пропозиції і послуги конкурентів, можливості своїх вебсайтів із метою виявлення неефективних і найбільш ефективних засобів популяризації і просування вебсайту. Це дає їм змогу спочатку створити новий або реконструювати старий сайт під потреби туриста для одержання потенційних клієнтів [3, с. 224, 226].

Одним із найоптимальніших варіантів удосконалення процесу прийняття управлінських рішень на туристичних підприємствах є запровадження CRM-системи. CRM (від англ. Customer Relationship Management) – це програмне забезпечення, яке включає у себе досить широкий спектр додаткових функцій. Метою впровадження системи є допомога підприємствам у систематизації даних і ефективній комунікації з клієнтами, автоматизації продажів, маркетингу і служби підтримки, а також для управління персоналом та постачальниками туристичних послуг. Переваги використання CRM-системи на туристичному підприємстві можна згрупувати у три групи: зменшення витрат, збільшення продажів та стратегічний вплив на підприємство. Недоліки системи полягають у великих затратах часу на вибір найдоцільнішої CRM-системи і навчання персоналу, а також фінансових витратах. Завдяки унікальним можливостям правильно підібрана CRM-система забезпечить безперебійну взаємодію з клієнтами та підвищить ефективність роботи менеджера з туризму мінімум на 20–30% [4, с. 77–78].

На українському ринку найбільш популярними є CRM-системами є такі (табл. 2).

Перераховані технологічні інновації вже прийнялися багатьма туристичними підприємствами, адже вони значно полегшують і автоматизують роботу, підвищують продажі.

Проте конкуренція на туристичному ринку змушує підприємства вдаватися до пошуків нових шляхів задоволення потреб клієнтів та оптимізації роботи менеджерів. На допомогу приходять інновації, зокрема технологічні інноваційні рішення.

Таблиця 1

Типи вебсайтів українських туристичних підприємств

№ з/п	Характеристика вебсайту	Приклад українських турфірм
1	Перша і найбільш численна група – це інформаційні ресурси, що являють собою, у кращому разі, повні електронні варіанти операторських каталогів і які підтримують прийом заявок на бронювання в режимі off-line. До цієї групи також відносяться туристичні портали.	Otpusk.com Мережа магазинів гарячих путівок Patriot San Tur Miks Tur
2	Сайти найбільш популярних українських туроператорів, що мають функцію бронювання турів. Якщо проаналізувати основні розділи («про нас», «контакти», «опис країн», «наші тури») цих сайтів, то можна зазначити, що на 90% вони однакові у всіх туроператорів.	Pegas Touristik Turtess «Феєрія мандрів» Teztour, Idriskatour, Anextour
3	До дуже нечисленної третьої групи входять фірми – користувачі ГРС або партнери великих зарубіжних мегаоператорів	Destination of «Cara» Class-tour

Таблиця 2

ТОП-5 CRM-системи для вітчизняного туристичного ринку

№ з/п	Назва	Коротка характеристика
1	Бітрікс24	CRM-система забезпечує: єдину базу клієнтів, власну аналітику, контроль роботи менеджерів, IP-телефонію, нагадування, автоматичне заведення ліда.
2	CRM Tour	Програма була розроблена українською вебстудією Studio-Z у 2016 р. Поряд із можливістю управління клієнтською базою і базою клієнтських запитів у даній CRM-системі реалізована інтеграція із сервісом поштових розсилок MailChimp, можливість відображення виплат по менеджерам, можливість самостійного формування друкованих форм і установки нагадувань. У програмі також є інструмент формування звітності.
3	МоїТуристи	CRM-система для турагентств, існуюча на ринку програмного забезпечення для туристичного бізнесу з 2012 р. За допомогою CRM-системи «МоїТуристи» туристичні агентства можуть вести облік клієнтів і заявок, створювати різні нагадування, вести звітність і статистику за різними параметрами, здійснювати розрахунок премій для співробітників, працювати з лінійкою продажів, організовувати поштові розсилки та SMS-розсилки, використовувати IP-телефонію, працювати із замовленнями із сайту, створювати мікроакаунти для туристів і т. д.
4	Мегаплан	Система допомагає підвищувати продажі, керувати співробітниками і працювати віддалено. У комплекті: CRM, виставлення рахунків, контроль угод, таск-менеджер, файловий сервер, внутрішня пошта, форум, модуль для роботи з персоналом.
5	amoCRM	Проста у використанні CRM-система. Дає змогу вести базу контактів і облік операцій (у прив'язці до контактів). Контакти та угоди можна позначати тегами. На підставі суми і статусу угод формується воронка продажів. Можливість додавати поля в картки угод. Інтеграція з MailChimp.

Таблиця 3

Інноваційні технології на туристичному ринку України

№ з/п	Суть інновації	Рік впровадження на підприємстві	Назва підприємства
1	Система добровільної реєстрації українських громадян у подорожах за кордон («ДРУГ») є ефективним інструментом попередження, за потреби – розшуку та надання сприяння громадянам України у разі надзвичайних ситуацій за кордоном: природних катаклізмів, соціальних заворушень, військових конфліктів.	2018 2018 2020 2020 2020	Туроператор «Імпренз» Join Up Pegas Touristik Cruise&Travel Dream Travel
2	Coral + – це система моментального бронювання. Переваги Coral+: – моментальне підтвердження по всіх готелях і трансферах; – бронювання авіаквитків на регулярні рейси по всьому світу; – можливість бронювання 24 години на добу; – бронювання авіаквитків для бюджетних перевізників.	2018	Coral Travel (також компанія надає доступ до користування системою для дрібних агентств)
3	Ведення каналу у месенджері Telegram, де можна публікувати інформацію про тури, країни, новини в туристичній сфері та акційні пропозиції. Цей канал виконує інформаційну функцію та водночас є додатковим інструментом продажів.	2018 2017 2020 2018 2018 2020 2018	Anex Tour Join Up More Турів Феєрія Tez Tour Смак пригод Поїхали з нами
4	Український Інтернет-гіпермаркет «Розетка» запустив віртуальне туристичне агентство Rozetka.travel. Це онлайн-сервіс, який дає змогу забронювати та оплатити тур через Інтернет. Rozetka Travel дає змогу купити тур без візиту в турагентство – повністю через Інтернет. Процес покупки, за словами розробників, займає кілька кліків.	2019	До агрегатору вже підключені Anex Tour, TUI, Tez Tour, Pegas Touristik, Mouzenidis Travel та інші
5.	CRM-система «Само-Тур» – комплексна система автоматизації туроператора. Програма служить єдиною платформою для вирішення абсолютно всіх завдань компанії: створення та управління продуктом, управління замовленнями, оптимізації онлайн-продажів. Є окремі розширення для туроператорів, турагентів і екскурсійних компаній.		Pegas Touristik Join Up Royal Voyage АМІГО-ТУР Ідриска Тур Кий Авіа Феєрія та інші 163 фірми

Новітні технологічні досягнення, які використовують вітчизняні туристичні підприємства, представлено в табл. 3.

Висновки. Ринок туристичних послуг динамічно розвивається, навіть незважаючи на світову пандемію, скасування авіасполучення та закриття кордонів. Криза є рушієм прогресу та інновацій. На жаль, вітчизняні туристичні фірми значно відстають від іноземних компаній у плані запровадження інновацій. Наприклад, невелика кількість туристичних підприємств використовує у своїй діяльності комп'ютерні системи резервування, тоді як на між-

народний ринок вони прийшли ще у 1980-х роках. Також багато туристичних фірм працюють із CRM-системами, які не в змозі автоматизувати роботу сучасного туристичного підприємства, а вебсайти деяких туристичних підприємств не задовольняють користувачів інтерфейсом, інформативністю та функціоналом.

Майбутнє туризму – за чат-ботами, блокчейн-технологіями, штучним інтелектом та Інтернетом речей. Це майбутнє вже впроваджується на міжнародному туристичному ринку, і для України вкрай важливо не відставати від даних інноваційних технологій.

Список використаних джерел:

1. Заневська Л.Г. Глобальна дистрибутивна система (GDS) Amadeus. Львів, 2017. URL: <http://repository.ldufk.edu.ua/bitstream> (дата звернення: 12.01.2021).
2. Зайцева В.М. Дослідження використання Інтернет-ресурсів українськими туристичними підприємствами. Використання інноваційних технологій в галузі туризму : монографія / В.М. Зайцева та ін. Запоріжжя : Дике Поле, 2015. С. 113–121.
3. Шеєнкова К.А., Дупляк Т.П. Прикладні аспекти використання Інтернет-технологій в управлінні туристичним підприємством. Економічний простір. 2015. № 99. С. 223–226.
4. Кульбашна Д.А. Впровадження CRM-системи для оптимізації діяльності туристичного підприємства. Тиждень науки – 2019 : матеріали наук.-прак. конф., 15–19 квітня 2019 р. Запоріжжя : ЗНТУ, 2019. С. 77–78.

References:

1. Zanevs'ka L. G. Global'na distributivna sistema (GDS) Amadeus. Lviv, 2017. URL: <http://repository.ldufk.edu.ua/bitstream> (accessed 12 January 2021).
2. Zaytseva V.M., Hurova D.D., Korniyenko O.M., Kuklina T.S., Zhuravl'ova S.M. (2015) Doslidzhennya vykorystannya Internet-resursiv ukraïnskymy turystychnymy pidpryyemstvamy [Research of the use of Internet resources by Ukrainian tourist enterprises]. Vykorystannya innovatsiynykh tekhnolohiy v haluzi turyzmu [Use of innovative technologies in the tourism industry]. Zaporizhzhya: Dyke Pole, pp. 113–121.
3. Sheenkova K. A., Duplyak T.P. (2015) Prikladni aspekty vikorystannya internet-tekhnologiy v upravlinni turistichnim pidpriemstvom. [Applied aspects of the use of Internet technologies in the management of a tourist enterprise]. Economic space. no 99. pp. 223–226.
4. Kul'bashna D.A. (2019) Vprovadzhennya CRM-sistemi dlya optimizatsii diyal'nosti turistichnogo pidpriemstva [CRM-systems for optimizing the activities of the tourist enterprise]. Proceedings of the Tizhden' nauki-2019 (Ukraine. Zaporizhzhia. April 15-19. 2019). pp. 77-78.