

## 8. МОЖЛИВОСТІ ЗАСТОСУВАННЯ ІННОВАЦІЙ В ТУРИЗМІ

**І.І. Васьковська**

*Національний університет харчових технологій*

Один з основних способів залучення споживачів і збільшення свого доходу, полягає в пропозиції йому нового товару. У туристичній галузі, цей товар може бути новими маршрутами або місцями відпочинку. Однак, практично у кожного агентства, існує страх застосування нововведень першим, вдосконалення механізму роботи з клієнтами. Нововведення несе з собою чималу ступінь ризику. Наприклад, ефективно нововведення, яке приносить прибуток - бронювання турів за допомогою on-line сервісу, дозволяє економити час, прискорює обробку заявки та підтвердження обраного туру. Не всім клієнтам цей сервіс подобається, не всі ним користуються, однак спостерігається автоматизація галузі.

Щоразу туроператор застосовує на своїй практиці нові інновації, розуміючи, щоб зацікавити споживача, потрібно привернути його увагу. В даному випадку інновації відіграють величезну роль, для залучення туристів. Наприклад, туроператори пропонують такі розроблені і впроваджені технології: динамічні прайс-листи; 3D-реєстрація на рейс; докладні 3D моделі готелів; інтерактивна карта польотів; сенсорні термінали самообслуговування.

Нещодавнє нововведення у туроператорів - так звана «жива ціна». Ціни на турпродукти визначаються не суб'єктивним людським фактором, а об'єктивними законами ринку. «Жива ціна», минаючи посередників, безпосередньо адресується споживачу в момент запиту. Дане нововведення характеризується тим, що туристи зможуть самостійно підібрати собі тур, при цьому мінімізувавши свої витрати. Представлений він в формі динамічного прайс-листа на сайті туроператора, яким може скористатися будь-який бажаючий, не виходячи з дому. За час роботи цієї системи обороти компанії і

кількість щоденних бронювань збільшилися вдвічі. Інформація даної системи не проходить через посередників, комерційні та авіа відділи - вона відразу потрапляє до споживача, що робить її актуальною.

Головні переваги даного нововведення: автоматичне управління продажами; істотне скорочення трудовитрат; захист від промислового шпигунства і цінової конкуренції. Впровадження «живої ціни» в 2013 р дозволяє представникам туристичного ринку відстежувати і бронювати кращі пропозиції за актуальними цінами в режимі он-лайн, які розраховуються за лічені секунди для кожного клієнта індивідуально.

Ще одним нововведенням туроператорів стало 3D-реєстрація на рейси авіакомпаній. Туристи заздалегідь вибирають місце на борту літака, проходять заочну реєстрацію і отримують посадковий талон. Крім того, мандрівники можуть визначитися з місцем в літаку, як за місяць, так і за три місяці до дати вильоту. Експерти авіаринку вже відчули, що масове використання завчасної 3D-реєстрації на рейсах дозволяє уникнути черги до стійок реєстрації в момент перевантаження авіавузла, а спеціальні стійки Drop Off в аеропортах - без черги здати багаж.

Отже, можна сказати з впевненістю, що туристична галузь йде в ногу з часом. Намагається не стояти на місці, а рухатися вперед, впроваджувати нововведення у своїй діяльності, тим самим завойовувати новий ринок і нових покупців.