

ЛІТЕРАТУРА

1. *Интеграция биржевой деятельности ЕЭП в разрезе глобальных тенденций [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.group-global.org/ru/publication/view/3348>.*
2. *Мировые биржи и глобализация [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.dengi-info.com/archive/article.php?aid=1151>.*
3. *Обзор рынка IPO в Европе. 3 квартал 2013 г. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://www.pwc.com/en_UA/ua/services/capital-markets/assets/ua_ipo_watch_europe_quaterly_rus.pdf.*
4. *Сахаров А. Международные финансовые центры / А. Сахаров. – М. Минэкономразвития России, 2009. – 350 с.*

АНДРІЙ ЯСКОВЕЦЬ

Науковий керівник:

к.е.н., доцент Лизун М. В.

ІНФОРМАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ У МІЖНАРОДНОМУ ТУРИЗМІ

Сучасний етап розвитку світового господарства характеризується домінуванням сфери послуг як у структурі національного виробництва більшості країн світу, так і у системі міжнародних економічних відносин. Світові тенденції у сфері міжнародного туризму дозволяють віднести туристичний бізнес до найперспективніших галузей економіки, але сфера туризму у світі розвивається нерівномірно й має регіональні особливості. Розвинута туристична інфраструктура сприяє покращенню привабливості країни та її конкурентоспроможності у світі, прискорює процеси її інтеграції у світову економіку, забезпечує перехід від аграрної та індустріальної економіки до розвитку економіки на основі сфери послуг.

Характерними рисами сучасного туристичного ринку є висока динамічність, значна кількість суб'єктів та учасників, надзвичайно широка географічна охоплюваність, а також необхідність відповідного оперативного інформування. Активізація і розвиток туристичного ринку, підвищення рівня вимог споживачів до якості і комплексності послуг, які пропонують підприємства сфери туризму, вимагають активного впровадження і використання сучасних інформаційних технологій та методів управління, які призначені для оптимізації діяльності підприємств різних типів, підвищення ефективності процесів обслуговування споживачів. Адже специфіка технології створення та реалізації туристичного продукту вимагає таких систем, які б в найкоротший термін надавали відомості про доступність усіх складових туристичної інфраструктури, а також забезпечували своєчасність вирішення додаткових завдань при наданні туристичних послуг.

Питання про можливість використання інформаційних технологій в сфері туризму висвітлені в ряді праць українських та зарубіжних вчених, таких як

Г. Багієв, А. Макадамс, В. Мартін, А. Виноградов, А. Дурович, В. Квартальнов, М. Морозов, С. Мельниченко, Є. Ромат, М. Скопень, Т. Ткаченко та інші.

Інформаційні технології – це сукупність прийомів, методів і засобів послідовного якісного перетворення інформації на таких етапах інформаційних процесів, як: збір, передача, зберігання, обробка, накопичення. Суть інформаційних технологій становлять методи і засоби формування та підтримки інформаційних потоків у системах управління будь-якими об'єктами, у тому числі підприємствами індустрії гостинності [1]. Індустрія туризму за останні два-три десятиліття зазнала величезного впливу науково-технічного прогресу. Значно спрощується процедура формування туристського продукту з використанням міжнародних систем бронювання, системи Інтернет, систем електронних каталогів туристських подорожей по країнах, електронних баз даних за нормативно-правовими актами в туризмі, автоматизованих систем взаєморозрахунків і т. ін. Сфера туризму ідеально пристосована для впровадження сучасних інформаційних технологій, які мають забезпечувати: інтеграцію і зв'язок; покращання якості послуг; передачу великого обсягу інформації; збільшення швидкості обслуговування та ефективність діяльності; можливість враховувати потреби кожного індивідуального клієнта; ефективний зворотній зв'язок [1].

У даний час сформувалися наступні напрями розвитку інформаційних технологій в туризмі [2]:

- локальна автоматизація роботи в туристському офісі;
- впровадження прикладних програм автоматизації формування, просування і реалізації туристського продукту;
- використання систем управління базами даних;
- використання локальних комп'ютерних мереж;
- впровадження телекомунікаційних систем резервування місць в готелях і бронювання квитків;
- впровадження мультимедійних маркетингових систем;
- використання глобальної мережі Інтернет.

У практичній діяльності туристичних підприємств застосовуються різноманітні види інформаційних технологій, а саме: глобальні розподільчі системи; системи бронювання та резервування; електронні інформаційні системи; інформаційні системи менеджменту; мобільні системи зв'язку; послуги глобальної комп'ютерної мережі Інтернет [1].

У туристичному бізнесі інформаційні технології спрямовані у першу чергу на вирішення завдань управління та мають такі переваги: зниження витрат за рахунок оптимізації бізнес-процесів туристичних підприємств; гарантоване виконання замовлень у необхідному обсязі та в зазначені строки; забезпечення якості туристичного продукту через якість виробничих і управлінських технологій.

Значення Інтернету й інших нових інтерактивних мультимедійних платформ для розвитку туризму важко переоцінити. Організації, які займаються маркетингом, великі постачальники туристичних послуг повинні усвідомити необхідність застосування цих засобів, переваги яких полягають в ефективній

глобальній взаємодії, а також у можливості зближення суспільного і приватного секторів туристичного ринку та їхнього взаємовигідного партнерства.

Позитивний вплив інформаційних технологій на динаміку вітчизняного та міжнародного туристичного потоку привів до трансформування туристичної галузі з такої, що орієнтована на обслуговування організованих туристів, на багатогалузеву сферу діяльності, спрямовану на задоволення різноманітних потреб мільйонів індивідуальних туристів. В Україні за останні п'ять років туристичні потоки збільшились утричі. Але напрями туристичного бізнесу в нашій країні освоєні не повністю. Підтвердженням цього є зростання обсягів виїзного туризму на 53,1% та скорочення в'їзного – на 8,3% [3]. Одна з причин зменшення обсягів останнього – недостатня інформованість про вітчизняний туристичний продукт, складність його інформаційного супроводження, яка пов'язана з неспроможністю суб'єктів туристичної діяльності відслідковувати і підтримувати велику інформаційну базу.

Таким чином, в умовах сучасного ринку при збільшенні обсягів туристичних надходжень і зростаючій конкуренції, суб'єкти туристичної діяльності залежать від ефективного менеджменту, який неможливий без використання сучасних ІТ, що забезпечують швидку реакцію на потреби клієнтів і максимальне їх задоволення, відповідно до отриманих вимог, гнучкість підприємства, упорядкованість і узгодженість операційної діяльності.

ЛІТЕРАТУРА

1. Мельниченко С. В. Інформаційні технології в туризмі: теоретичні та практичні аспекти / С. В. Мельниченко // Вісник Запорізького національного університету. – № 2(6). – 2010. – С. 129–138.

2. Кон'юнктура туристичного ринку [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://ua.textreferat.com/referat-956-4.html>.

3. Туристичні потоки. Пасажирські перевезення. Кількість проведених виставкових заходів [Електронний ресурс] / Офіційний сайт Держ. ком. статистики України. – Режим доступу : <http://www.ukrstat.gov.ua>.