

Максютов А.О.

к. п. н., доцент кафедри географії

та методики її навчання

Уманський державний педагогічний

університет імені Павла Тичини

e-mail: andrei-maksytov@mail.ru

РОЗВИТОК СУЧАСНИХ ІНФОРМАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ В СФЕРІ ТУРИЗМУ

Вплив інформаційних технологій на розвиток туризму величезний, оскільки прямо пов'язаний з підвищенням ефективності роботи як кожного туроператора окремо, так і усього туристичного бізнесу в цілому. Це прямо впливає на конкурентоздатність фірми на сьогоднішньому ринку. Використання комп'ютерних мереж, Інтернету та інтернет-технологій, програмні продукти наскрізної автоматизації всіх бізнес-процесів туристичного бізнесу сьогодні не просто питання лідерства і створення конкурентних переваг, але і виживання на ринку в найближчому майбутньому.

Сучасна індустрія туризму за останні роки зазнає вельми суттєвих змін у зв'язку з впровадженням нових комп'ютерних технологій. Успіх функціонування будь-якої фірми на ринку туристичного бізнесу практично неможливий без використання сучасних інформаційних технологій. Специфіка технології розробки і реалізації турпродукту потребує таких систем, які в найкоротші строки надавали б відомості щодо доступності транспортних засобів та можливостей розміщення туристів, забезпечували швидке резервування та бронювання місць, а також автоматизацію розв'язання додаткових завдань при наданні туристичних послуг (паралельне оформлення таких документів, як білети, рахунки, путівники, забезпечення розрахунковою та довідковою інформацією та ін.). Це може бути досягнуто за умов широкого використання в туризмі сучасних комп'ютерних технологій обробки та передачі інформації [3, с. 557].

Індустрія туризму настільки багатогранна, що потребує застосування найрізноманітніших інформаційних технологій, починаючи від розробки спеціалізованих програмних засобів, які забезпечують автоматизацію роботи окремої туристичної фірми чи готелю, до використання глобальних комп'ютерних мереж.

На сьогодні формування турпродукту передбачає використання глобальних розподільчих систем GDS (GLOBAL Distribution System), які забезпечують швидке і зручне бронювання білетів на транспорт, резервування місць у готелях, прокат автомобілів, обмін валюти, замовлення квитків на розважальні та спортивні програми і т. ін.

В індустрії туризму також широко розповсюджений відеотекст, що поєднує можливості комп'ютерних систем резервування, електронної пошти, телексу, електронних газет. У Великобританії близько 90% турагентств використовують систему візуальних даних Prestel, котру підтримує компанія British Telecom. Ця система містить в собі інформацію про туризм і подорожі, а також пропозиції туроператорів, залізничних ліній, поромів, готелів та авіаліній, яка легко доступна споживачам. У систему також регулярно заносять останні новини та зміни щодо всіх цих напрямів. Технологія відеотексту також користується успіхом у Франції, де застосовується система Minitel. У той же час у США використання відеотексту обмежено.

Туристичний бізнес є однією з найдинамічніших сфер економіки і являє собою надзвичайно насичену інформаційну галузь. Інакше кажучи, збір, зберігання, обробка і передача актуальної інформації - найважливіша і необхідна умова функціонування будь-якого туристичного підприємства. У зв'язку з цим успішний розвиток туристичного бізнесу передбачає широке використання новітніх технологій як у галузі створення турпродукту, так і його просуванні на ринок послуг [8, с. 133].

Сучасні комп'ютерні технології активно впроваджуються у сферу туристичного бізнесу, і їхнє застосування стає невід'ємною умовою підвищення конкурентоспроможності будь-якого туристичного підприємства. Індустрія

туризму дозволяє використовувати всю різноманітність комп'ютерних технологій, починаючи від спеціалізованих програмних продуктів керування окремою туристичною фірмою до застосування глобальних комп'ютерних мереж. Наразі в туризмі використовують багато новітніх комп'ютерних технологій, наприклад, глобальні комп'ютерні системи резервування, інтегровані комунікаційні мережі, системи мультимедіа, Smart Cards, інформаційні системи менеджменту та ін.

Вплив інформаційних технологій на туризм відчувається на різних стадіях створення і проходження турпродукту. Та найбільше вони позначаються на просуванні туристичного продукту (розповсюдження та продаж). Насамперед це стосується можливості формування нових маркетингових каналів розповсюдження - просування та збуту туристичного продукту. Так, у галузі реклами широкого поширення набуло розсилання туристичної інформації електронною поштою (direct-mail). За останні роки більшість туристичних підприємств створюють свої власні сайти в Інтернеті і використовують баннерну рекламу.

На Заході вже зараз спостерігається електронний наступ на традиційний туристичний бізнес. Зокрема, на туристичний ринок починає активно проникати та впроваджуватись електронна комерція. За оцінками німецьких експертів, близько 25% всього продажу турпродукту може найближчим часом реалізуватися через електронну комерцію. Таким чином комп'ютерні технології спровокували створення і застосування принципово нових електронних маркетингових каналів просування і збуту турпродукту [2, с. 224].

Комп'ютерні системи резервування CRS (Computer Reservation System), які з'явилися у середині 60-х рр. XX ст., дозволили прискорити процес резервування авіаквитків і здійснити його в режимі реального часу. Внаслідок цього підвищилась якість сервісних послуг за рахунок зменшення часу обслуговування клієнтів, збільшення обсягів і різноманітних пропонуванних послуг тощо, а також з'явилися можливості забезпечення завантаження

авіалайнерів, реалізації стратегії гнучкого ціноутворення, застосування нових управлінських методів та ін.

У сьогоденних економічних умовах жорсткої конкуренції і ринкової економіки жодна успішна туристична фірма не може повноцінно розвиватися й ефективно просуватися без сучасних автоматизованих інформаційних технологій. Інформаційні технології управління з'явилися у світовій індустрії давно - біля двадцяти п'яти років тому, і пройшли великий шлях розвитку. Сталою тенденцією останніх років розвитку міжнародної туристичної індустрії стало активне використання систем оптимізації прибутку (систем управління тарифами). Підприємства, що активно застосовують такі системи, одержують істотну конкурентну перевагу і досягають помітного збільшення доходів

Таким чином, впровадження інформаційної системи відкриває нові можливості для ефективного вирішення основних задач туристичного бізнесу. Експлуатація системи дозволяє турфірмі реалізувати програми ресурсозбереження шляхом зниження експлуатаційних витрат на утримання систем зв'язку, зниження енергоспоживання, уникнути пікових навантажень, збільшити продуктивність праці, поліпшити якість послуг, виконуваних робіт і підвищити кваліфікацію працівників турфірми.

Список використаних джерел:

1. Гонтаржевська Л. Ринок туристичних послуг в Україні: навчальний посібник / Донецький ін-т туристичного бізнесу. – Донецьк : Східний видавничий дім, 2008. – 180с.
2. Дядечко Л. Економіка туристичного бізнесу: Навч. посібник для студ. вищих навч. закл. / Донецький держ. ун-т економіки і торгівлі ім. М. Туган-Барановського. – Донецьк : ДонДУЕТ, 2006. – 224с.
3. Ткаченко Т. Управління суб'єктами туристичного бізнесу в умовах сталого розвитку: дис. д-ра екон. наук: 08.06.01 / Київський національний торговельно- економічний ун-т. – К., 2006. – 557 с.