

РЕГУЛЮВАННЯ МІЖНАРОДНОГО ТУРИСТИЧНОГО РИНКУ ЗА ДОПОМОГОЮ ІНФОРМАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ

А. С. Перепелиця

старший викладач

Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна

anna_perepelytsia@karazin.ua

У статті розглянуто поняття «інформаційні технології», зв'язок між інформаційними технологіями і міжнародним туристичним ринком на прикладі туристичного підприємства. Досліджений вплив інформаційних технологій на розвиток міжнародного туристичного ринку, який стимулюється інтернет-технологіями. Досліджено суть поняття «інформатизація». Проаналізований вплив інформатизації не лише на розвиток туристичної діяльності, але і на світове господарство в цілому. Зроблений висновок про необхідність застосування інформаційних технологій як інструменту урегулювання міжнародного туристичного ринку.

Ключові слова: інформаційні технології, інтернет-технології, міжнародний туристичний ринок, інтернет-бронювання, туристи, електронна комерція, туристичні послуги, web-сайт, інтернет-ресурси, туристична фірма, економічна ефективність, маркетинг.

РЕГУЛИРОВАНИЕ МЕЖДУНАРОДНОГО ТУРИСТИЧЕСКОГО РЫНКА С ПОМОЩЬЮ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ

В статье рассмотрено понятие «информационные технологии», связь между информационными технологиями и международными туристическому рынку на примере туристического предприятия. Исследовано влияние информационных технологий на развитие международного туристического рынка, которое стимулируется интернет-технологиями. Исследована суть понятия «информатизация». Проанализировано влияние информатизации не только на развитие туристической деятельности, но и на мировое хозяйство в целом. Сделан вывод о необходимости применения информационных технологий как инструмента регулирования международного туристического рынка.

Ключевые слова: информационные технологии, интернет-технологии, международный туристический рынок, интернет-бронирование, туристы, электронная коммерция, туристические услуги, web-сайт, интернет-ресурсы, туристическая фирма, экономическая эффективность, маркетинг.

ADJUSTING OF INTERNATIONAL TOURIST MARKET BY MEANS OF INFORMATION TECHNOLOGIES

The article considers the concept of «Information technologies», connection between information technologies and international tourist market by the example of tourist enterprise; analyzes the influence of information technologies on development of international tourist market, which is being stimulated by internet technologies. The article considers essence of the concept «Informatization». The article also analyzes the influence of informatization not only to the development of tourist business, but also on a world economy in general. Conclusion about the necessity of application of information technologies, as an instrument of regulation of the international tourist market, is drawn.

Keywords: Information technologies, Internet-technologies, international tourist market, Internet-reserving, tourists, electronic commerce, tourist services, web-site, tour operator, economic efficiency, marketing.

Постановка проблеми. Нині соціально-економічний розвиток країни, регіону та і світу в цілому значною мірою залежить від технологічного прогресу. Впровадження новітніх досягнень наукової думки, вдосконалення технологічних і управлінських процесів, використання нових шляхів, методів, можливостей для вирішення конкретних економічних завдань давно вже є основним змістом господарської діяльності в розвинених, постіндустріальних країнах, які складають ядро сучасного світового господарства. Така інноваційна модель розвитку довела свою ефективність, але її імплементація вимагає специфічного світосприйняття, ґрунтованого на творчому підході до господарської діяльності, і передбачає постійний пошук нетрадиційних рішень, позбавлення від будь-яких догм і обмежень. Виховання такого творчого світосприйняття, формування його в професійних кругах є важливим практичним завданням, розв'язання якого пов'язане з підвищенням загального рівня технологічного розвитку, комп'ютеризації, інформаційної

грамотності населення. Саме це і визначає актуальність досліджень у предметній області регулювання міжнародного туристичного ринку за допомогою інформаційних технологій [1, с. 265].

Аналіз останніх публікацій. В умовах глобалізації значно зростає роль інформаційних технологій як важливого інструменту в підвищенні ефективності управління підприємствами. Специфічні особливості створення та реалізації туристичних послуг (велика кількість учасників та значна їх географічна роз'єднаність, розгалужена система взаємовідносин суб'єктів туристичного ринку, територіальна диференціація туристичного продукту, віддаленість місця реалізації туристичних послуг від місця їх споживання) обумовлюють необхідність підвищення рівня забезпечення системи управління сучасними інформаційними технологіями. Позитивний вплив інформаційних технологій на динаміку вітчизняного та міжнародного туристичного потоку привів до трансформування туристичної галузі з такої, що орієнтована на обслуговування організованих ту-

ристів, на багатогалузеву сферу діяльності, спрямовану на задоволення різноманітних потреб мільйонів індивідуальних туристів.

Наявність проблем підтверджується недостатнім рівнем використання новітніх інформаційних технологій у туристичній сфері, а саме: низьким рівнем розвитку інформаційно-комунікаційної інфраструктури; відсутністю баз даних туристичного профілю в окремих регіонах країни; обмеженістю інформації та реклами туристичного продукту на міжрегіональних, національному та міжнародному ринках; недосконалістю механізму інформаційного обміну суб'єктів господарювання у сфері туризму і зовнішнього середовища за допомогою мережі інтернет; низьким рівнем розвитку віртуальних туристичних підприємств і центрів; відсутністю державної електронної системи забезпечення суб'єктів туристичної діяльності оперативною інформацією про попит, пропозицію, ціни, тарифи.

Вирішення вищезазначених завдань має базуватись на дослідженні наявних сучасних інформаційних технологій, їх застосуванні та впливу на різні стадії створення і просування туристичного продукту та аналізі розвитку туристичного бізнесу в цілому.

Дослідження щодо використання новітніх інформаційних технологій у діяльності підприємств туристичної сфери і туризмі в цілому здійснювали: Н. І Плотнікова, М.А. Морозов, Н. С. Морозова, Н.В. Варачева, Л.А. Попов, А.Ю. Парфіненко, О.В. Євтушенко, А.С. Перепелиця та інші.

Мета статті. Виявити особливості регулювання міжнародного туристичного ринку за допомогою інформаційних технологій.

Виклад основного матеріалу. У другій половині двадцятого століття у світовій індустрії туризму сталися зміни, які зумовили напрями сучасного розвитку. Ці зміни такі кардинальні, що дозволяють говорити про трансформацію самої природи туристичного бізнесу. Важливою складовою сучасного турбізнесу стали інформаційні комунікації і, зокрема, глобальні дистриб'юторські системи. Посилення вимог до якості і різноманітності туристичних послуг, розширення географії подорожей і подорожу-

ючих, зміни в споживчих перевагах у бік зростання зацікавленості в пізнавальному, спортивному, екстремальному, етнічному туризмі призводять до необхідності впровадження новітніх технологічних і управлінських інновацій[3, с. 45].

Цілеспрямований розвиток міжнародного туристичного ринку є важливим чинником трансформації національної економіки, інструментом її інтеграції в систему світогосподарських зв'язків, засобом диверсифікації зовнішньоекономічної діяльності і призводить до збільшення продуктивності інформаційних, науково-технічних, культурних контактів. Це вимагає нетрадиційних інноваційних підходів до організації управління туризмом на рівні держави і підприємницьких бізнес-структур. Серед цілей державної туристичної політики країн світу окрім основних (планування, координування, регулювання розвитку туризму і маркетинг національного туристичного продукту) важливе місце на сучасному етапі займає стимулювання розвитку інноваційних процесів в туризмі. Необхідним стає формування привабливого інвестиційного клімату для реалізації інноваційних проектів, міжнародна науково-технічна співпраця з метою ознайомлення з передовим іноземним досвідом і впровадження новітніх технологій в різні галузі національної туристичної індустрії. Традиційні моделі державного управління туризмом, які довели свою ефективність у провідних туристичних країнах світу, модифікуються з метою інтенсифікації інноваційних процесів у туризмі, стимулювання творчих підходів до вирішення туристичними підприємствами насущних проблем, надання останнім більшого простору для реалізації власних нетрадиційних стратегій розвитку [5, с. 53].

Більшість туристичних компаній на туристичному ринку використовують інтернет-технології для раціоналізації внутрішніх процесів своєї діяльності. Побудовані на основі інформаційних технологій бізнес-процеси і взаємозв'язки з іншими підприємствами можуть допомогти компаніям досягти нових рівнів конкурентоспроможності і ефективності, але в той же час вони викликають виникнення наступних управлінських проблем:

Таблиця 1

Витрати і переваги, пов'язані з упровадженням інформаційних технологій

| Витрати | Матеріальні вигоди | Нематеріальні вигоди |
|---|---|--|
| Апаратне забезпечення | Підвищення продуктивності | Поліпшення організаційного планування |
| Телекомунікації | Зниження операційних витрат | Вдосконалення контролю ресурсів |
| Програмне забезпечення | Скорочення персоналу | Підвищення організаційної гнучкості |
| Системне програмне забезпечення | Зниження комп'ютерних витрат | Підвищення актуальності інформації |
| Перебудова бізнес-процесів | Зниження витрат на зовнішніх постачальників | Збільшення об'єму інформації |
| Обслуговування | Зменшення рівня зростання витрат | Зростання задоволеності результатами праці |
| Персонал Витрати Апаратне забезпечення Телекомунікації | Скорочення витрат на устаткування | Вдосконалення методик ухвалення рішень |
| | Матеріальні вигоди | Нематеріальні вигоди |
| | Підвищення продуктивності | Поліпшення організаційного планування |
| | Зниження операційних витрат | Вдосконалення контролю ресурсів |

Джерело: [5, с. 52].

1. Електронна комерція і електронний бізнес вимагають повної зміни способу мислення, тобто виникає потреба в нових організаційних підходах і процесах управління.

2. Пошук вдалої моделі інтернет-бізнесу.

У таблиці 1 перераховані статті витрат і доходів, найчастіше використовувані для аналізу при впровадженні інформаційних технологій.

Матеріальні вигоди можна підрахувати і надати їм грошове вираження. Нематеріальні вигоди, до яких відноситься підвищення якості обслуговування клієнта або вдосконалення методів ухвалення рішень, не можна виразити в кількісному відношенні, але з часом ці доходи також отримують кількісну оцінку.

У разі застосування інструментів фінансового аналізу до інформаційних технологій виникає багато проблем. Фінансові моделі не містять вказівок на ризики і невизначеності при оцінці витрат і очікуваних переваг. Витрати і вигоди з'являються не одночасно. Витрати мають матеріальну природу і цілком передбачувані, в той же час вигоди проявляються з часом і часто носять нематеріальний характер. Необхідно враховувати і те, що завдяки високому темпу технологічних змін в інформаційних технологіях, що базуються на застосуванні комп'ютерів, більшість подібних систем застарівають за 5–8 років. Тому впровадження інформаційних технологій потребує ретельно продуманого процесу управління змінами.

Для того, щоб туристичні фірми, дійсно використали впровадження інформаційних технологій як механізм підвищення ефективності своєї роботи, необхідно звернути увагу на проблемні області в цьому процесі. Як правило, це проект, дані, витрати і операції (функціонування).

Дані, що містяться в інформаційних системах, мають бути точними і сумісними між собою. Інформація має бути достовірною, однозначною, повною і доступною.

Витрати повинні укладатися до бюджету фірми як на стадії проектування, так і на стадії експлуатації і обслуговування.

Таким чином, головними причинами невдач впровадження інформаційних технологій є: недостатня участь користувачів у процесі розробки і впровадження; недостатня підтримка керівництва; високий рівень складності; погане управління процесом впровадження. Особливо важливим аспектом є взаємозв'язки між учасниками проекту.

Також потрібні управлінська підтримка і контроль процесу впровадження, а саме впровадження інформаційних технологій і систем повинне проходити у вигляді запланованих організаційних змін.

У загальному випадку ключовими чинниками успіху діяльності фірми для поліпшення міжнародного туристичного ринку можна вважати:

1. Відношення персоналу фірми до роботи у сфері туризму як до складного виробничого процесу.

2. Наявність власних технологій, відповідно до яких увесь виробничий процес розбивається на елементарні складові, що мають реальну схему виконання і способи автоматизації за допомогою інформаційних технологій.

3. Персональну відповідальність кожного конкретного співробітника за ту або іншу ділянку роботи і наявність навчених, висококваліфікованих кадрів.

4. Уміння вести конкурентну боротьбу (уміння утримати лідируючі позиції).

5. Ефективну рекламу (наявність власного web-сайту, видання власних каталогів, буклетів, журналів та іншої рекламної продукції).

Висновки.

1. Інноваційні процеси є визначальними для розвитку міжнародного туризму. Виходячи з цього, особливо актуальним є дослідження шляхів і засобів подолання технологічної відсталості в порівнянні з прискореним інноваційним розвитком країн-лідерів міжнародного туристичного ринку.

2. Туристичним підприємствам необхідно впроваджувати передові технології надання послуг, нові методи управління, організації, мотивації і контролю згідно з вимогами зовнішнього конкурентного середовища, що постійно змінюються.

3. Розвиток інноваційних процесів у туристичній галузі на сучасному етапі визначається широким впровадженням інформаційних технологій.

4. Необхідно проаналізувати і реструктурувати сам бізнес-процес, врахувати можливі зміни в структурі організації, в схемі підтримки інформаційних систем, методів управління і стратегії ведення бізнесу.

5. Для успішної роботи компанії мало створити власний web-сайт; слід спочатку ретельно обдумати, чи може ця компанія створити в інтернеті реальну робочу бізнес-модель і яке місце займає інтернет у стратегії ведення бізнесу в цілому. Електронна комерція вимагає застосування нових стратегій при розподілі замовлень, в області реклами і обслуговування клієнтів.

Література:

1. Вишнеvsька О. О. Туристичне країнознавство : підручник / О. О. Вишнеvsька, А. Ю. Парфiненко, В. І. Сiдоров. — Х. : ХНУ іменi В. Н. Каразiна, 2011. — 594 с.
2. Изотова М. А. Инновации в социокультурном бизнесе и туризме / М. А. Изотова, Ю. А. Матюхина. — М. : Научная книга, 2006. — 136 с.
3. Новиков В. С. Инновации в туризме : учебное пособие / В. С. Новиков. — М. : ИЦ «Академия», 2007. — 208 с.
4. Харрис Годфри. Стимулирование международного туризма в XXI веке: пер. с англ. / Харрис Годфри, Кац Кеннет. — М. : Финансы и статистика, 2000. — 240 с.
5. Чудновский А. Д. Информационные технологии управления в туризме / А. Д. Чудновский, М. А. Жукова. — М. : КноРус, 2006. — 104 с.