

6. Зюилен, Г. Все сады мира [Текст] / Г. Зюилен ; пер. с фр. М. Карелиной. – М. : Астрель ; АСТ, 2003. – 176 с. : ил.
7. Екологічний паспорт Сумської області [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.menr.gov.ua/content/article/5991>
8. Рішення обласної ради «Про зміни в мережі об'єктів природно-заповідного фонду Сумської області» від 20.09.2011. [Електронний ресурс]. Режим доступу: www.oblrada.sumy.ua/index.php?...
9. Експрес-оцінка стану територій природно-заповідного фонду України та визначення пріоритетів щодо управління ними / Б.Г. Проць, І.Б. Іваненко, Т.С. Ямелинець, Е. Станчу – Львів: Гриф Фонд, 2010. – 92 с, Режим доступу: http://awsassets.panda.org/downloads/wwf_ua_rappam_book_3.pdf.

УДК: 338.48:65.011.4:004 (045)

Заря І.В., Мельник А.М.

ОСОБЛИВОСТІ ПОДАЛЬШОГО РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНОЇ ГАЛУЗІ В КОНТЕКСТІ РОЗВИТКУ ІНФОРМАЦІЙНИХ КОМП'ЮТЕРНИХ ТЕХНОЛОГІЙ В ТУРИЗМІ

У статті розглядаються питання, пов'язані з роллю та впливом комп'ютерних інформаційних технологій на процес розвитку туристичної діяльності. Розглядаються особливості переходу використання інформаційних систем в туристичній сфері на нову парадигму розвитку в глобалізованому світі.

Ключові слова: туристична діяльність, інформаційна система, туристична сфера, глобалізація.

В статье рассматриваются вопросы, связанные с ролью и влиянием компьютерных информационных технологий на процесс развития туристической деятельности. Рассматриваются особенности перехода использования информационных систем в туристической сфере на новую парадигму развития в глобализующем мире.

In the article are examined questions, related to the role and influence of computer information technologies on the process of development of tourist activity. The features of transition of the use of the informative systems are examined in a tourist sphere on the new paradigm of development in the globalizing world.

Key words: tourism activity, information system, tourism, globalization.

Постановка проблеми. Розвиток інформаційних комп'ютерних технологій, обумовлений стрімким становленням комп'ютерних систем внаслідок оптимізації стратегічних цілей компанії Windows, сприяв розробці і впровадженню новітніх стандартів надання туристичних послуг сьогодні. Актуальність подальшого розвитку інформаційних технологій в туризмі замовлена в основному тим, яким чином, в якому напрямку або напрямках буде рухатись управлінська складова даного процесу. Адже сьогодні все більш нагальним стає попит на нові принципи організаційної побудови [6, с. 23] в контексті стратегічних переваг турфірми в конкурентній боротьбі з використанням інформаційних технологій. Серед багатьох чинників вплив управлінського імперативу на цей процес є чи не найважливішим оскільки, спираючись у своїй діяльності на інформаційні ресурси суспільства, задає не тільки вектор розвитку і визначає пріоритети,

а й оцінює можливості та ресурсний потенціал, аналізує ситуацію та визначає основні цілі розвитку інформаційних технологій в туризмі. Підтвердженням цьому служить зростання ролі управлінських інституцій в світі на різних рівнях функціонування соціально-економічних процесів, у тому числі і в туризмі. Управління інформаційними технологіями в туризмі набуває такого важливого значення також наприклад, тому, що сьогодні кожен місяць пошуковий сервер Google обробляє 31 млрд. пошукових запитів. Порівняно з 2008 р. ця цифра зросла майже в 11,5 разів.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Постійні зміни економічної, технологічної та інформаційної кон'юнктури позначаються на існуючих парадигмах еволюційного розвитку суспільства, що докорінно змінює існуючі підходи в управлінні соціально-економічними процесами, і включають зростаюче значення туризму як одного з ключових чинників глобалізаційних зрушень. Адже на туризм щорічно припадає близько 10% світового ВВП. В свою чергу перехід до інформаційного, постіндустріального суспільства визначає тісний взаємозв'язок галузі туризму та сектору інформаційних технологій, як допоміжної ланки між замовником туристичної послуги та суб'єктом, який її надає.

Проблемам ефективного використання інформаційних технологій у туристичній галузі присвячені наукові розробки таких вітчизняних та закордонних вчених як В.В. Худо, В. А. Квартальнова, В. Г. Гуляєва, С. В. Мельниченко, Т.І. Ткаченко, М.М. Скопені, Г. А. Папирян та ін. [6,7,8,9].

Так, дискусійним залишається питання щодо повної та досконалої реалізації всіх управлінських функцій за допомогою впровадження інформаційних технологій при незначному впливі людського фактору [9]. Але, разом з тим, багатьма вченими підкреслюються очевидні переваги використання інформаційних технологій в туризмі, особливо в сегменті надання транспортних послуг, послуг розміщення та харчування [6,7,9].

Актуальність використання інформаційних технологій також підвищується у зв'язку з необхідністю «стимулювання економічного та виробничого зростання в країні: макроструктурних пріоритетів розподілу ресурсів, стратегічних підходів до визначення конкурентоспроможності, ринкових сигналів та передумов чинників конкурентоспроможності країни» [2,с. 136], що робить туризм досить привабливим для впровадження нових інноваційних рішень.

Формулювання цілей статті. Метою цієї статті є аналіз основних напрямів та механізмів управління туристичною діяльністю в умовах підвищення рівня впливу інформаційних технологій на розвиток туризму.

Виклад основного матеріалу. Необхідно відмітити, що економічна ситуація в державі, в зв'язку з поглибленням кризових процесів, не сприяє подальшому збільшенню потоків туристів і ми опиняємося перед вибором:

1) визначити пріоритети і реалізувати програмні заходи щодо стабілізації економічної ситуації, що для сфери туризму визначається перш

за все підтримкою державою розвитку туризму через впровадження цільових програм, що особливо стосується туристичної інфраструктури;

2) дозволити безконтрольне нецільове використання коштів та реалізацію заходів, що ведуть до погіршення стану економіки в цілому та галузі туризму, зокрема, і рано чи пізно приведуть галузі економіки до колапсу з подальшими не прогнозованими наслідками.

Розвиток туризму як важливої сфери надання послуг гостинності, дозвілля, подорожей, обумовлений багатьма чинниками, але серед них на сучасному етапі розвитку суспільства, на нашу думку, необхідно виділити такі: демографічний, техніко-технологічний, економічний та інформаційний. У зв'язку зі значним збільшенням технічного та інформаційного навантаження на виробничі та обслуговуючі комплекси постає питання збору, аналізу, впорядкування та збереження отриманої з різних джерел інформації, знаходження шляхів її найшвидшого розповсюдження, доведення до споживачів та захисту в разі потреби.

На сучасному етапі становлення та поширення туристичної галузі в світі особливо слід виділити появу принципово нових програмних продуктів, таких як пошукові системи, довідкові та аналітичні системи, програми захисту інформації та інші. Зокрема, це інформаційні технології, які значно випереджають всі інші як за швидкістю розповсюдження так і за ступенем використання.

Прикладом цьому може бути подвоєння технічної інформації кожні два роки, генерування нової інформації за рік перевищує всю зібрану інформацію за останні 5 тис. років, наявність в користуванні понад 1 млрд. інтернет-пристроїв.

Необхідність стрімкого розвитку та впровадження в сферу туризму таких інструментів як інформаційні технології обумовлена загалом такими основними чинниками: швидкість доставки продукту до клієнта, надійність наданої послуги, безмежна віртуальна локалізація туристичної послуги, зручність доступу до центрів реалізації туристичної послуги, розповсюдження повної інформації про продукт, зменшення витрат та збільшення прибутків туристичних підприємств.

Використовуючи прямі канали дистрибуції та канали з посередниками виробники туристичного продукту намагаються оптимізувати процес надання туристичних послуг за допомогою глобальних дистриб'юторських систем (ГДС). Так, на сьогодні така глобальна дистриб'юторська система як Amadeus, яка займає в Україні лідируючу позицію на ринку інформаційних дистриб'юторських систем, нещодавно впровадила цілу низку нових продуктів, таких як Agency Internet Engine (AIE), E-Power, Amadeus e-Ticketing Robot, Amadeus Master Pricer та інтегрування консолідованої пропозиції готелів в Amadeus Selling Platform з наміром покращення сервісу та функціональних можливостей.

Інтеграція вітчизняних туристичних підприємств у світовий інформаційний простір відбувається не тільки у випадку використання інформаційних новітніх програмних продуктів, а особливо тоді, коли

даними продуктами користується якомога більша кількість клієнтів туристичних компаній, що вказує відповідно на рівень інтегрованості даної компанії в інформаційний простір. Цьому процесу сприяє поглиблення доступності туристичних послуг і відповідно зростання потреб клієнтів в ознайомленні з представленими на ринку програмними продуктами в намаганні покращити якість свого відпочинку чи подорожі.

Використання туристичними фірмами тих чи інших програмних продуктів інформаційно-пошукового характеру визначає: 1) рівень технологічного оснащення фірми; 2) відповідність сучасним вимогам до роботи в інформаційному середовищі; 3) можливість конкурувати з іншими фірмами сфери туризму на теренах України; 4) можливості постійно покращувати рівень інформаційного менеджменту та рівень інформаційного чинника в структурі інструментів роботи з клієнтами.

Відповідно до цих положень сьогодні на перший план виступає рівень застосування технологічних та інформаційних компонентів в діяльності туристичних підприємств, що веде до нарощування сукупного ресурсного потенціалу для заняття відповідної конкурентної позиції на ринку туристичних послуг.

Випереджаючі темпи розвитку інформаційних технологій та створення програмних продуктів в сфері туризму стали знаковими подіями, що вплинули на прискорення темпів переходу суспільства до функціонування в інформаційному середовищі.

Таке положення зумовило створення нових вимог до діяльності туристичних підприємств, визначивши ряд параметрів, яким мають відповідати умови та особливості роботи суб'єктів підприємництва. До основних можна віднести:

- наявність техніко-технологічних складових за допомогою яких мають виконуватись поставлені перед туристичною фірмою завдання;
- збереження пропорцій між поставленими завданнями та наявними ресурсами;
- використання інформаційних програмних засобів на високому техніко-технологічному рівні;
- діяльність має задовольняти вимогам сьогодення і користується попитом на ринку туристичних послуг;
- впровадження в практику елементів ситуативного менеджменту, як одного з основних інструментів оптимізації діяльності туристичного підприємства;
- наявність висококваліфікованого персоналу, який володіє не тільки програмними продуктами, а й творчим потенціалом і відповідним аналітичним мисленням.

Інформаційні продукти, що використовуються в сфері туризму повинні відповідати таким вимогам:

- бути інформативними тобто представлена на сайті інформація має належним чином відображати сутність запропонованих послуг;

- бути узгодженими на вербальному та символічному рівнях в сфері туризму з аналогічними програмними продуктами;
- мати яскравий та прийнятний інтерфейс з продуманою в плані користування інтуїтивною навігацією.

Якщо це стосується дестинації – необхідно відобразити на сторінці не тільки назву та короткий опис, а й знайти і виділити ту відмінність та особливість, притаманні лише даній дестинації.

Інформативність інтернет-ресурсів розкривається через наявність необхідної інформації, її доступності та повноти сприйняття і розуміння сутності питання та можливості негайної реакції на отриману інформацію.

На нашу думку, в прикладному плані інформаційні ресурси необхідно розглядати також в розрізі стратегічного, тактичного та оперативного призначення. Стратегічний аспект сприяє формуванню перспектив розвитку туризму, тактичний – просуває та доводить інформацію про наявні туристичні послуги до суб'єктів підприємницької діяльності, і оперативний – сприяє реалізації туристичних послуг для розробки і впровадження яких було використано певний програмний продукт або інформаційний ресурс.

Отже, алгоритм використання автоматизованих комп'ютерних систем можна представити наступним чином: 1) керівник; 2) інформаційні ресурси; 3) інформаційні технології; 4) оператор; 5) споживач.

Одним з важливих завдань управління інформаційними технологіями в сфері туризму та відносно швидкому виході з кризи є перехід галузі до стану, коли розвиток туризму обумовлений демографічно-споживацькими тенденціями. Цьому обов'язково буде передувати така діяльність яка збалансує інформаційні, економічні та техніко-технологічні ресурси з однієї сторони та демографічно-обумовлені потреби – з іншої.

Від чого ж залежить ефективність використання інформаційних технологій в туризмі. Серед зовнішніх факторів слід особливо виділити наступні:

1. Високий ступінь вразливості економіки України внаслідок 1) відсутності структурних реформ; 2) залежності від світових цін на сировинні товари, 3) зростання дефіциту поточного рахунку та зовнішнього боргу; 4) високої інфляції та відповідно погіршення конкурентоспроможності;

2. Стратегія розвитку високотехнологічних інформаційних технологій для галузі туризму на перспективу до 2020 р.

3. Знецінення національної валюти. Очікується в період з 2012 до 2014 рр.

4. Купівельна спроможність українців. Адже розробка туристичних послуг напряму пов'язана з кінцевим споживачем. На наступні 2-4 роки існує тенденція її суттєвого зниження «у зв'язку з спекулятивно створеною кризою» [3].

5. В моральному плані – це криза цінностей та цілей, коли основний сенс буття малою мірою кореспондується з туризмом.

До внутрішніх слід віднести такі:

1. Незадовільний процес взаємодії в управлінні обміном технологіями та інформацією в туризмі.
2. Слабка інформаційна база – необхідність постійного доступу до інформаційних послуг в режимі реального часу.
3. Поки що незначний попит на он-лайн бронювання туристичних послуг.
4. Повільна адаптація українських туристів до зміни кон'юнктури в інформаційному туристичному просторі.

Невпевненість у соціально-економічних тенденціях недалекого майбутнього підсилюється іншими не менш важливими викликами, до яких ми неготові (геополітичні та кліматичні зміни, геологічні, технологічні, демографічні, військові).

Основні заходи по стабілізації туристичного ринку на найближчу перспективу:

- створення потужного внутрішнього ринку туристичних послуг з мінімізацією залежності від зовнішніх факторів;
- підтримка державою реального сектору економіки, що сприятиме розбудові туристичної інфраструктури;
- виробити чіткий антикризовий план дій, що має включати захист внутрішнього ринку, у тому числі координація роботи банківського сектору, модернізація тарифної політики, зниження податкового тиску, дотації суб'єктам туристичних послуг;
- розробка компаніями-лідерами українського туристичного простору стратегічних засад розвитку туризму на 5-10 років;
- інтегрування суб'єктів туристичної діяльності в глобальні дистриб'юторські системи (ГДС).

Алгоритм використання інформаційних систем в галузі туризму для прийняття оптимальних управлінських рішень можна представити таким чином:

- зрушення в соціально-економічній сфері;
- зміна інформаційного середовища;
- нові вимоги до процесу надання туристичних послуг;
- нові запити споживачів.

Оскільки кількість туристів на рік перевищила за позначку 1 млрд. чол. і глобалізаційні процеси роблять світ з кожним роком все меншим і тісним, постає питання нової парадигми управління глобальними дистриб'юторськими системами, як цілісною системою, нероздільною ні географічно, ні логістично, ні регіонально. І хоча ГДС Amadeus поступово оволодіває ринками Америки, Азії та Африки, це не вирішує всього спектру проблем щодо координації та взаємодії бізнес-партнерів в глобалізованому середовищі. На рисунку 1 наведено схему взаємодії основних ГДС в глобалізованому світі. На основі наведеної вище схеми можливо побудувати ієрархічні зв'язки в системі управління ГДС:

1. Єдиний центр управління ГДС.

- 2.Різні ГДС.
- 3.Напрями діяльності.
- 4.Інституції, суб'єкти туристичної діяльності.
- 5.Споживачі туристичного продукту.

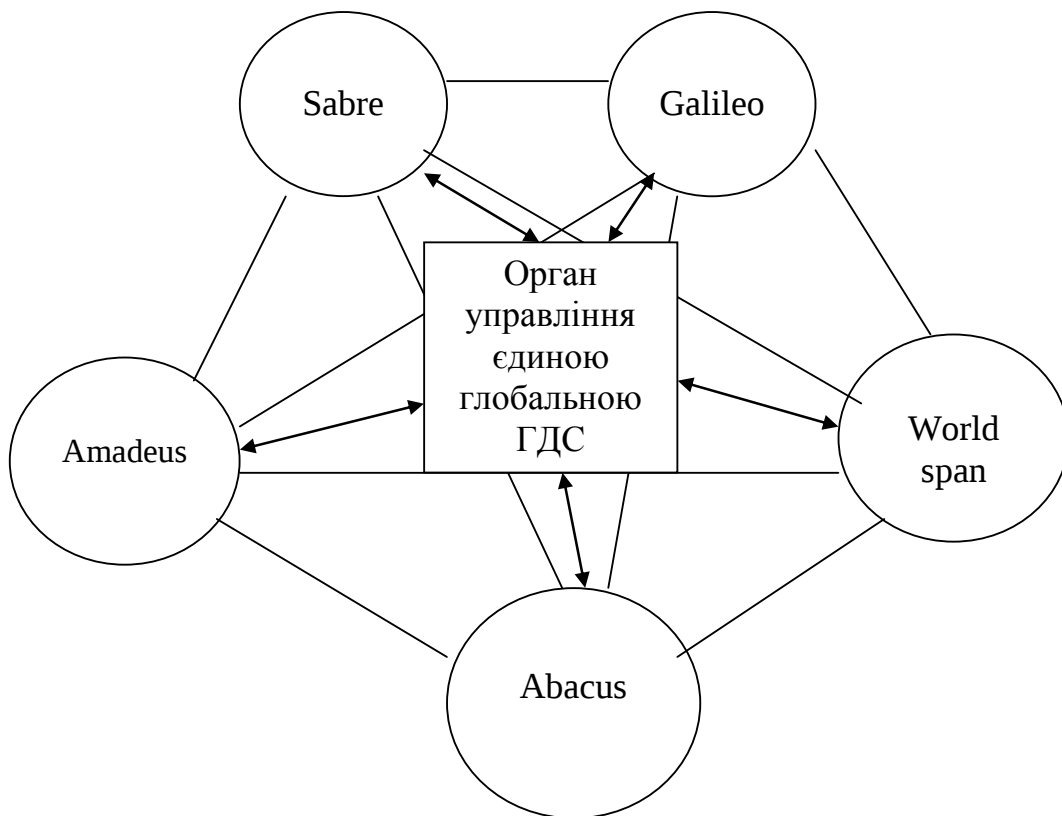


Рис. 1. Управління ГДС в глобалізованому світі

Висновки. Оптимізація та підвищення ефективності управління інформаційними технологіями в туристичній галузі в контексті глобалізаційних зрушень при активній участі різноманітних туристичних інституцій веде до залучення більшої кількості туристів та географічного охоплення ширших DESTINACIЙ при чіткому спрямуванні намірів в конструктивну еволюційну сторону. Створення Єдиного центру управління використанням інформаційних технологій знайде відображення в ефективній координації та взаємодії основних агентів глобальних дистриб'юторських процесів на міжнародному та регіональному рівнях.

Використані джерела:

1. Аналітичний звіт. Дії Національного банку а період загострення світової фінансової кризи. – Київ, 2009. – 58 с.
2. Бондаренко Т.М. Точки зростання виробництва: поняття, критерії та методика визначення // Економіка і прогнозування. - 2008. - №1. – С. 136 – 144.
3. Данилишин Б., Веклич О. Україна в міжнародних рейтингах сталого розвитку // Економіка України. - 2008. - №7. – С.13-23.
4. Вахненко Т. Державний борг України: поточний стан і ризики // Економіка України. - 2008. - №7. – С.37-45.

5. Клок К., Голдсмит Дж. Конец менеджмента. – СПб.: Питер, 2004. – 368 с.
6. Мельниченко С.В. Інформаційні технології в туризмі: теорія, методологія, практика: Монографія. - К.: Київ. нац. торг.-екоп. ун-т, 2008. - 493 с.
7. Скопень М. М. Комп'ютерні інформаційні технології в туризмі / М. М. Скопень. – К. : Кондор, 2005. – 301 с.
8. Ткаченко Т.І. Сталий розвиток туризму: теорія, методологія, реалії бізнесу: монографія. 2-е видання. - К.: КНТЕУ, 2009.- 463с.
9. Худо В.В. Інформаційні технології в управлінні туризмом. - Міжнародний конгрес «Проблеми інформатизації рекреаційної та туристичної діяльності в Україні: перспективи культурного та економічного розвитку». – Трускавець. - 2000. – С.161-166.

УДК 338.48

Басюк Д.І.

СТАН І ПЕРСПЕКТИВИ УКРАЇНСЬКО- АРГЕНТИНСЬКОГО ТУРИСТИЧНОГО СПІВРОБІТНИЦТВА

В статті розглянуто соціально-економічні передумови розвитку співробітництва України та Аргентинської республіки в галузі туризму, основні види туристичних продуктів Аргентини на українському ринку, окреслено подальші перспективи міжнародних українсько- аргентинських туристичних обмінів.

Ключові слова: Аргентина, туристичний продукт, аргентинсько- українські туристичні обміни.

В статье рассмотрены социально-экономические предпосылки развития сотрудничества Украины и Аргентинской республики в области туризма, основные виды туристических продуктов Аргентины на украинском рынке, обозначены дальнейшие перспективы международных украинско-аргентинских туристических обменов.

Ключевые слова: Аргентина, туристический продукт, аргентинско-украинские туристские обмены.

The paper considers the socio-economic conditions of cooperation between Ukraine and the Argentine Republic in the field of tourism, the main types of tourism products in the Ukrainian market of Argentina, outlines future prospects for ukrainian-argentine international tourist exchanges.

Key words: Argentina, tourism potential, argentine-ukrainian international tourist exchanges.

Аргентина – одна з найбільших країн Південної Америки (площа – 3,8 кв. км, населення – 36 млн. чол.), яка активно просуває свій туристичний продукт на світовому ринку послуг. В 2011 р. країну відвідало 5,7 мільйона іноземних туристів (5,3 мільйона – роком раніше). Вони привезли в країну 5,2 мільярда доларів США. Взагалі за період з 2001 по 2010 р. кількість зарубіжних відвідувачів виросла тут на 102% (аналогічний показник у світі збільшився на 33%). Найбільша кількість зарубіжних туристів приїжджає до Аргентини з Бразилії – 28% від загального числа.

Туристична галузь Аргентини на сьогоднішній день займає третє місце по поповненню державного бюджету валютою, після експорту соєвих бобів та продуктів із сої. У 2010 р. доходи від в'їзного туризму