

## ВИКОРИСТАННЯ СУЧАСНИХ ІНФОРМАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ В ТУРИСТИЧНОЇ ГАЛУЗІ КРИМУ

Сучасне суспільство характеризується швидким розповсюдженням нових інформаційних технологій і радикальними змінами соціально-економічного життя під впливом цих процесів. Останнє десятиріччя ознаменувалися стійкою тенденцією розвитку інформатизації процесів управління підприємствами туристичної сфери. Туризм сьогодні – це глобальний комп'ютеризований бізнес, у якому приймають участь крупні авіакомпанії, готелі та туристичні корпорації всього світу. Активне впровадження сучасних інформаційних технологій у діяльність туристичних підприємств є необхідною умовою їх успішної роботи, оскільки точність, надійність, оперативність і висока швидкість обробки та передачі інформації визначає ефективність управлінських рішень у цій сфері. Крупні капітальні вкладення у нові технології приведуть до вертикальної, горизонтальної та діагональної інтеграції туристичних підприємств. Інформаційні технології забезпечують значний рост продуктивності у сфері послуг, а також у туризмі. Туризм у Криму – одна з найперспективніших індустрій. Зупиняючим фактором для якісного розвитку туризму у Криму є низка інформаційна грамотність та слабкі комунікації.

Проблемам ефективного використання інформаційних технологій у туризмі присвячені наукові розробки вітчизняних та закордонних вчених. Наприклад, у монографії С.В. Мельниченко висвітлено теоретико-методологічні основи та практичний інструментарій застосування інформаційних технологій у туристичному бізнесі. Також, визначено роль і місце інформаційних технологій у менеджменті і маркетингу туристичних підприємств. Надані практичні рекомендації щодо модифікації організаційних структур управління туристичними підприємствами та системи менеджменту в цілому, під впливом інформаційних технологій [1, с. 5].

М. Желєні розглядає аспект розвитку технологій у туризмі, акцентуючи увагу на тому, що зростання ролі інформації у туризмі супроводжувалося появою різноманітних технологій. Метою сучасних туристичних фірм є збереження та захист мереж підтримки технологій, забезпечення їх стабільності [2, с. 206]. За визначенням В.А. Квартальнова, нові інформаційні технології та ефективні комунікації забезпечують стрімкий розвиток ринку міжнародного туризму. Велике значення у туризмі приймають глобальні комп'ютерні мережі. Завдяки інформаційним технологіям зростає ефективність маркетингу у туризмі, споживач зможе швидко отримувати необхідну якісну інформацію о туристичному продукті не виходячи з дому [3, с. 275]. У праці Скопеня М.М. акцентована увага на процесі автоматизації фірми за допомогою офісних програм, комп'ютерної техніки, яка застосовується у роботі туристичної фірми, створені ефективних сайтів та серверів туристичної фірми в Інтернеті, а також на стані та перспективі використання Інтернету в туристичному бізнесі [4, с. 87].

Метою написання статті є дослідження ефективності та переваг використання сучасних інформаційних технологій та перспективи їх застосування на підприємствах туристичної галузі Криму. Зростання рівня життя, особистого доходу, рівня освіти підвищує інтерес людини до подорожей та можливостей здійснювати їх як у своїй країні, та за її межами, а висока якість туристичного продукту робить туризм привабливим для багатьох людей.

Глобалізація – один з основних напрямків в індустрії міжнародного туризму, який супроводжується концентрацією долі ринку та впливу в руках крупних компаній. Ці компанії, крім економії у великих масштабах, мають можливості розподіляти ризик між різними ринками, застосовувати сучасні маркетингові схеми доступу на міжнародний ринок труда, а також виграють від активного використання нових технологій [3, с. 277]. У розвинених країнах світу водночас, доповнюючи одна одну, відбуваються зміни в інформаційних технологіях і в туристичному бізнесі, на відміну від Криму, де такі перетворення характеризуються відсутністю злагодженості. У зв'язку з цим процес впровадження інформаційних технологій у діяльність суб'єктів господарювання у сферу туризму Криму стикається з рядом проблем. Дослідження основних проблем туристичних фірм у Криму дають наступні результати:

1. Слабкі комунікації. Більшість сайтів туристичних підприємств використовуються як інформаційно-рекламний канал, який надає актуальну інформацію, що постійно оновлюється. Але, проведені дослідження довели, що в середньому тільки 12,3% туристичних фірм Криму мають власний сайт [1, с.250]. В інших він взагалі відсутній або з моменту створення не оновлювався і утримує застарілу інформацію. Крім того, сайти кримських туристичних фірм утримують у собі обмежений обсяг інформації, є однотипними та характеризуються відсутністю явної спрямованості на розвиток комплексу в цілому. (табл.1) [5, с.86].

## Туристичні підприємства України, що мають власні сайти

Місто (область)	Число туристичних фірм	Число туристичних фірм, що мають власний сайт	Частка, %
м. Київ	688	97	14,1
АР Крим	81	10	12,3
Вінницька	6	1	16,7
Волинська	11	1	9,1
Дніпропетровська	74	12	16,2
Донецька	66	11	16,7
Житомирська	1	-	-
Закарпатська	21	2	9,5
Запорізька	16	4	25,0
Івано – Франківська	23	2	8,7
Київська	16	5	31,3
Кіровоградська	7	1	14,3
Луганська	15	3	20,0
Львівська	176	53	30,1
Миколаївська	12	2	16,7
Одеська	46	12	26,1
Полтавська	10	2	20,0
Рівненська	8	2	25,0
м. Севастополь	27	4	14,8
Сумська	12	2	16,7
Тернопільська	21	2	9,5
Харківська	38	6	15,8
Херсонська	11	2	18,2
Хмельницька	16	3	6,3
Черкаська	20	3	15,0
Чернівецька	51	8	15,7
Чернігівська	12	2	16,7
Всього	1485	252	17,0

З табл. 1 видно, що лише 17% туристичних фірм України мають свій власний сайт, що свідчить про недосконалість механізму інформаційного обміну суб'єктів господарювання у сфері туризму і зовнішнього середовища за допомогою мережі Інтернет.

2. Недостатній рівень підготовки менеджерів з інформаційних технологій та низка інформаційна грамотність. Основною проблемою при установці програмного забезпечення на кримських туристичних підприємствах, крім технічних питань, є недостатня кваліфікованість персоналу. Переважна кількість робітників туристичної галузі має гуманітарну освіту, що викликає певні труднощі в роботі з комп'ютером та Інтернетом. Навчання співробітників або найм професіоналів потребує додаткових фінансових коштів та далеко не всі туристичні підприємства Криму можуть дозволити собі утримувати у штаті фахівців з інформаційних технологій.

3. Більшість кримських туристичних фірм дають далеко не повну інформацію клієнтам на своїх сайтах щодо місця розположення готелю або пансіонагу (дуже часто відсутня інформація щодо місцезнаходження об'єктів від моря), також інформація про вартість пропозиційних послуг нерідко буває застарілою та неточною.

4. Значні недоліки у системі бронування та резервування готельних номерів. Найбільше розповсюдження отримала система резервування номерів, коли турист придбає номер у готелі (чотирьох, трьох чи п'яти зірковому – як вказано у прайсі), але не знає назви цього готелю до самого приїзду. Така система називається у різних операторів по-різному: ROULETTE, TEZ-EXPRESS та інші. Багато хто віддає перевагу такій системі, тому що вона дозволяє значно заощаджувати бюджет на поїздку та, якщо пощастить, потрапити у гарний готель. Найчастіше, результат не виправдовує сподівань туриста.

5. Відсутність державної електорної системи забезпечення суб'єктів туристичної діяльності оперативною інформацією про попит, пропозицію, ціни, тарифи та ін.

Таким чином, виявлення основних проблем туристичних фірм у Криму вказує на доцільність розробки цільової програми розвитку інформаційних технологій у діяльності підприємств туристичної сфери, яка, в свою чергу, дасть можливість урахувати комплекс заходів щодо поліпшення діючої

системи використання різноманітних видів інформаційних технологій та сприяти розвитку нових механізмів державного регулювання у цій сфері. Для кримських туристичних компаній існує багато шляхів підвищення ефективності діяльності.

Виходячи з проблем малої наявності сайтів у туристичних компаній Криму (зі 108 туристичних фірм лише 14 мають власний сайт) можна запропонувати напрямки по вдосконаленню системи інформування: розширення переліку та обсягу інформації; зміна дизайну сайтів регіонального та національного призначення; стимулювання приватних підприємств для створення сайтів регіонального призначення; здійснення контролю за об'єктивністю інформації; включення у бюджет витрат на використання комп'ютерних технологій з метою розвитку туризму у Криму [6, с. 131].

Конкуренція на кримському ринку туристичних послуг також обумовлює підвищені вимоги до професійних якостей керівників та спеціалістів, що, насамперед, передбачає оволодіння фундаментальними знаннями теорії і практики управління з урахуванням галузевої специфіки, а також умінням активно використовувати інформаційні технології у своїй професійній діяльності. Саме тому, активне впровадження сучасних інформаційних технологій у діяльність кримських туристичних підприємств є необхідною умовою їх успішної роботи, оскільки точність, надійність, оперативність і висока швидкість обробки та передачі інформації визначає ефективність управлінських рішень у цій сфері.

Одним з головних факторів ефективної роботи кримських туроператорських і турагентських компаній є кількість і якість продаж. Вплинути на продажі, покращити їх якість, максимально підвищити ефективність роботи можливо шляхом застосування систем бронювання і резервування в діяльності підприємств туристичного бізнесу Криму. На думку автора, резервування – це аренда (запас) частки місць оптом у готелях, санаторіях, транспортних засобах, тощо проміжним продавцем (турагентом, туроператором) для подальшої їх роздрібною реалізації клієнтам (туристам та бізнесменам). Фактори часу та умови повинні бути відображені у договорі. Бронювання – поняття дещо вужче. Це закріплення за клієнтом (туристом) конкретного місця у готелях, санаторіях, транспортних засобах, яке відбувається за допомогою інтернету, телефону, тощо з частковою чи повною передоплатою. Взаємозв'язок систем бронювання и резервування зображен автором на рис. 1.

Загальносвітовою тенденцією розвитку туристичного ринку провайдерських послуг є надання готелям пакету послуг, пов'язаних з просуванням на різних ринках з акцентом на глобальні системи бронювання (Global Distribution System – GDS). До глобальних відносять чотири основні системи бронювання: Amadeus, Galileo, Sabre та Worldspan. Разом ці системи нараховують приблизно 500 000 терміналів, встановлених у готелях по всьому світу, що становлять біль 90% ринку, не випадково їх називають «золотою четвіркою». 10% займають регіональні системи резервування та системи, які знаходяться у стадії зливання з однією з вищеперерахованих. Кожна GDS, хоча й є глобальною, має свій арсенал розповсюдження. Для Amadeus та Galileo – це передусім Європа, для Sabre та Worldspan – Америка. Цікаво, що система Galileo використовується у 116 країнах світу, біль ніж 45 тисячами агенств. По итогам 2008 р. Galileo має найбільш прочні позиції у Великобританії, Італії, Греції, Швейцарії, Португалії. В цілому, частка цієї системи на ринку Європи - 29,8% (друге місце). Таких результатів Galileo досягло за три роки праці на світовому ринку. Система Galileo дозволяє забезпечувати туриста та турагента інформацією про туристичні продукти і послуги, автоматизувати процес бронювання авіаквітків, прямий обмін повідомленнями та замовлення додаткових послуг. На сьогодні цією системою активно користується 89 агенств в Росії та Азербайджані, але не користуються в Криму [7, с.236].

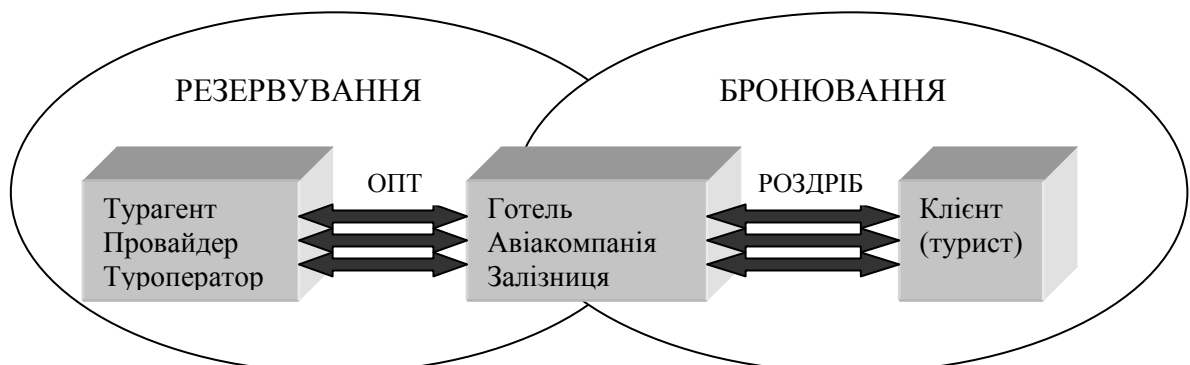


Рис. 1. Взаємозв'язок систем бронювання и резервування

Не менш відома у світі система бронювання Sabre, яка надає туристу інформацію про наання послуг перекладачів, оренди автомобілів, бронювання місць у готелях, організацію екскурсій, прогноз погоди, курси валют, забезпечує демонстрацію географічних карт, відео- та фото з місць відпочинку та багато ін. Використання даної системи у туристичних фірмах Криму дозволило б упровадити систему з

досупом до широкого спектра туристичних послуг, здійснювати продаж туристичних продуктів, дистрибуцію і розробку технологічних рішень для туристичної сфери Криму.

Комп'ютерна система бронювання Worldspan здійснює резервування місць на авіатранспорті, в театрах та інших закладах культури, номерів у готелях, екскурсій, компаїх по сдачі в аренду автомобілів, надає додаткову інформацію, пов'язану з туризмом. На початку XXI ст. Worldspan активно просуває туристичні Інтернет-технології у сфері електронної комерції. Програма Dates&Destinations дозволяє створити Інтернет Booking Engine – систему бронювання через Worldspan на сайті туристичного агенства в Інтернет. Впровадження цієї системи у діяльність кримських туристичних компаній дозволило б клієнтам самостійно обирати авіарейс, готель і здійснювати їх бронювання. З вищеперерахованих систем бронювання на туристичних фірмах Криму користуються лише системою Amadeus. Останнім часом система Amadeus активно виходить на український ринок туристичних послуг і є однією із комп'ютерних систем бронювання, які динамічно розвиваються в Україні та Криму.

У сучасних умовах неможливо забезпечити якісне ведення туристичного бізнесу без впровадження і застосування новітніх інформаційних технологій. Саме їх використання на практиці забезпечує дотримання суб'єктами туристичної діяльності комплексу взаємодіючих і взаємодоповнюючих вимог, що формують якість туристичних послуг. Таким чином, запропоноване впровадження систем бронювання GDS у туристичну галузь Криму дозволить підприємствам суттєво скоротити час на обслуговування клієнтів, забезпечити резервування в режимі он-лайн, знизити собівартість послуг, оптимізувати формування маршруту туристів за ціною, часом польоту та іншими завданнями та значно підвищити якість туристичних послуг.

### Література

1. Мельниченко С.В. Інформаційні технології в туризмі: теорія, методологія, практика: Монографія. – К.: Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2008. – 493 с.
2. Информационные технологии в бизнесе. Энциклопедия / Под ред. Милана Желены. – Санкт-Петербург, Москва, Харьков, Минск: ПИТЕР, 2002. – 1120 с.
3. Квартальнов В.А. Туризм: Учебник. / Квартальнов В.А. – М.: Финансы и статистика, 2004. – 320 с.
4. Скопєнь М.М. Комп'ютерні інформаційні технології в туризмі/ Скопєнь М.М. – К.: Кондор, 2005. – 301 с.
5. Туризм в Україні: Стат. зб. – К.: Кондор, 2005. – 184 с.
6. Соловьев А.А. Интернет как средство развития туризма в Крыму//Культура народов причерноморья- Научный журнал.- 2008 г.- №137.- С. 130-133.
7. Ткаченко Т.І. Сталий розвиток туризму: теорія, методологія, реалії бізнесу: Монографія. - К.: Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2006. – 537 с.