

УДОСКОНАЛЕННЯ ПРОЦЕДУР ІНФОРМАЦІЙНОГО СУПРОВОДЖЕННЯ МІЖНАРОДНИХ ТУРИСТИЧНИХ ПОСЛУГ

© Самотій Н.С., 2012

Розглянуто проблеми удосконалення інформаційного забезпечення в міжнародному туризмі. Визначено роль та основні напрями підвищення ефективності туристичного бізнесу в перехідній економіці. Досліджено переваги використання сучасних інформаційних технологій та перспективи їх застосування на підприємствах туристичної галузі.

Ключові слова : інформаційні системи, комп'ютерні технології, міжнародний туризм, туристична індустрія.

N.S. Samotiy

Lviv Polytechnic National University

IMPROVING PROCEDURES FOR INFORMATION SUPPORT OF INTERNATIONAL TRAVEL SERVICE

The problems of improving information provision in international tourism. The role and main directions of improving the efficiency of tourist business in a transition economy. Investigated the benefits of modern information technology and prospects for their use in the business tourism industry.

Key words: information systems, computer technology, international tourism, tourism industry.

Постановка проблеми у загальному вигляді. Значення туризму для суспільства визначається насамперед наслідками, які вони отримують від нього, а саме: збільшення національного доходу, надходження іноземної валюти, розбудова матеріально-технічної бази, залучення інвестицій, налагодження зв'язків з міжнародними партнерами, підвищення авторитету країни на міжнародному ринку тощо.

За прогнозами Всесвітньої туристичної організації (WTO), розвиток туризму не припиняється, а навпаки, його темпи будуть доволі високими, зокрема зросте міжнародний туристичний рух, у результаті чого збільшиться і рівень доходу, а також до 2020 р. очікується збільшення туристів до 1561,1 млн. осіб. Прогнозується збільшення прибутків від туризму до 2020 р. – 2,0 трлн. дол. США. Витрати туристів на одну подорож зростуть з 675 дол. (2002) до 1248 дол. в 2020 р. [2, с. 15].

Туристична діяльність безпосередньо впливає майже на 40 галузей економіки. Частка туристичних послуг становить близько 10 % світового валового національного продукту і третину світової торгівлі послугами, інвестиції в туристичну галузь – 7 % загального обсягу інвестицій, витрати суб'єктів туристичної галузі – 11 % світових споживчих витрат, а податки – 5 % усіх податкових надходжень [1].

На розвиток туристичного бізнесу істотно впливають інтернет-технології, а саме різноманітні сайти (сторінки), присвячені розвитку туристичної індустрії, туристичним фірмам, агентствам, а також санаторіям, пансіонатам, базам відпочинку та готелям. Найефективніше використовують переваги Інтернету для реклами та надання туристичних послуг.

Сучасне суспільство характеризується швидким поширенням нових інформаційних технологій, розвитком інформатизації процесів управління підприємствами туристичної сфери. Туризм сьогодні – це глобальний комп'ютеризований бізнес, у якому беруть участь великі авіакомпанії, готелі та туристичні корпорації всього світу. Ефективність туристичного бізнесу істотно залежить від ступеня використання інформаційних технологій. Сьогодні туризм входить у трійку галузей з найбільшою реалізацією товарів і послуг через мережу Інтернет, а у перспективі, як очікують, вийде на перше місце.

Наприклад, львівські фірми, що пропонують туристичні послуги, мають близько 100 сторінок в мережі Інтернет. Тут можна знайти потрібну інформацію про готельні комплекси Львівщини, заклади відпочинку, музеї, театри, визначні місця Львівщини тощо. Одним із перших туроператорів у західному регіоні України, що почали впроваджувати комп'ютерні технології, є фірма «Пілігрим» (Львів, Україна), яка активно освоює новітні інформаційні технології. «Пілігрим» – перша серед туроператорів фірма Львівської області, що відкрила власний сайт в Інтернеті, через котрий клієнт одержує можливість не тільки переглянути його інформацію, але і відразу відправити замовлення на бронювання турпродукту. Фірма «Гал-Експотур» (Львів, Україна) пропонує мінімальні терміни оформлення поїздок в Іспанію, Францію, Туреччину та інші країни завдяки комп'ютерній системі бронювання авіаквитків АМАДЕУС.

Туристичний бізнес неможливо уявити без використання інформаційних технологій, і зокрема Інтернету, який має багато переваг та можливостей для розвитку бізнесу, а саме:

- можливість оперативного розміщення та пошуку в Інтернеті інформації про "гарячі" тури, місця в готелях, квитки та можливість їх бронювання;
- колосальна, цілодобова, ефективна і порівняно дешева реклама;
- велика економія коштів завдяки використанню електронної пошти у співпраці з іноземними партнерами, туроператорами, готелями, транспортними компаніями тощо;
- можливість своєчасно отримувати інформацію про нові тури, знижки, політичний та економічний стан у різних країнах, новини законодавства щодо туризму в цих країнах тощо.

Здійснюються також інтернет-опитування (анкетування). Статистичні дослідження останніх років, які провели закордонні аналітики, свідчать, що 90 % оперативної та стратегічної інформації можна отримати з відкритих інформаційних джерел, з яких до 60 % інформації одержують безкоштовно. І тільки 7 % відомостей із конфіденційних і 3 % із закритих джерел доповнюють керівники підприємств, щоб досягти бажаного ефекту в прийнятті бізнес-рішень [4].

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Досліджували проблеми розвитку і функціонування туристичної індустрії та сфери туристичних послуг такі відомі зарубіжні та вітчизняні вчені, як: П.А. Горішевський, Р.П. Красій, В.Ф. Киф'як [1], О.П. Дурович, А.П. Копанев, В.І. Цибух, І.М. Школа та ін. У монографії С.В. Мельниченко висвітлено теоретико-методологічні основи та практичний інструментарій застосування інформаційних технологій у туристичному бізнесі. Надано практичні рекомендації щодо модифікації організаційних структур управління туристичними підприємствами під впливом інформаційних технологій [4, с. 5]. М. Желені розглядає аспект розвитку технологій у туризмі, акцентуючи на тому, що зростання ролі інформації у туризмі супроводжувалося появою різноманітних технологій. Метою сучасних туристичних фірм є об'єднання та захист мереж підтримки технологій, забезпечення їх стабільності. За визначенням В.А. Квартальнова, нові інформаційні технології та ефективні комунікації забезпечують стрімкий розвиток ринку міжнародного туризму. Завдяки інформаційним технологіям зростає ефективність туризму, споживач зможе швидко отримувати необхідну якісну інформацію про туристичний продукт, не виходячи з дому [6, с. 87].

Формулювання цілей статті. Метою цього наукового дослідження є оцінювання стану забезпечення потреб міжнародного туризму в Україні, визначення шляхів розвитку інформаційного забезпечення на базі новітніх комп'ютерних технологій у міжнародній туристичній діяльності. Дослідження ефективності та переваг використання сучасних інформаційних технологій та перспективи їх застосування на підприємствах туристичної галузі.

Виклад основного матеріалу. Сьогодні практично не існує туристичних фірм, які не використовують комп'ютерних технологій у повсякденній діяльності. Вони активно освоюють новітні інформаційні технології – наприклад, пошукові системи, залежно від специфіки пошуку, можна використовувати як іноземні (www.yahoo.com, www.altavista.com, www.google.com), російські (www.rambler.ru, www.yandex.ru, www.mail.ru), так і українські системи (www.topping.com.ua та інші), відкривають власні сайти у мережі Інтернет, через які клієнт одержує змогу не тільки переглянути інформацію, але й відразу надіслати замовлення на бронювання вибраного турпродукту [8, с. 135–164].

Ефективність застосування інформаційних технологій у туризмі на глобальному рівні оцінюють, визначаючи кількість користувачів Інтернету в світі; світові обсяги інтернет-продажів

туристичних послуг; кількість бронювань глобальними розподільними системами. За даними Всесвітньої туристичної організації, у світі лідером серед кількості користувачів Інтернету є США (200 млн. ос.), Китай (111 млн. ос.), Японія (85,29 млн. осіб). У Західній Європі користувачів Інтернету близько 205,5 млн. ос. Незважаючи на те, що в Україні, за даними дослідження ІІ-ТОІ, кількість користувачів збільшилась на 46,2 % за останні два роки (з 1,3 до 1,9 млн. ос.), їх частка становить лише 0,2 % від загальної кількості користувачів Інтернету в світі. Останнім часом найшвидшими темпами зростають обсяги інтернет-продажів туристичних послуг у США – на 19–20 % щорічно, у країнах Західної Європи – на 37–49 %, лідерами серед останніх є Франція і Великобританія. В Україні частка інтернет-продажів у загальному обсязі туристичних послуг становила 7 %, тоді як у США – 54 %, а у країнах Західної Європи – 51 %. Тобто аналіз свідчить про наявність зв'язку між зростанням кількості користувачів Інтернету й обсягами продажів туристичних послуг у глобальній комп'ютерній мережі [5].

Практика міжнародного туризму свідчить, що його розвиток, особливо між країнами Східної та Центральної Європи, нерідко ускладнюється у зв'язку з недостатньою поширеністю знань про культуру, історію, можливості туристичної індустрії, правові обмеження тощо країн-об'єктів туристичних подорожей.

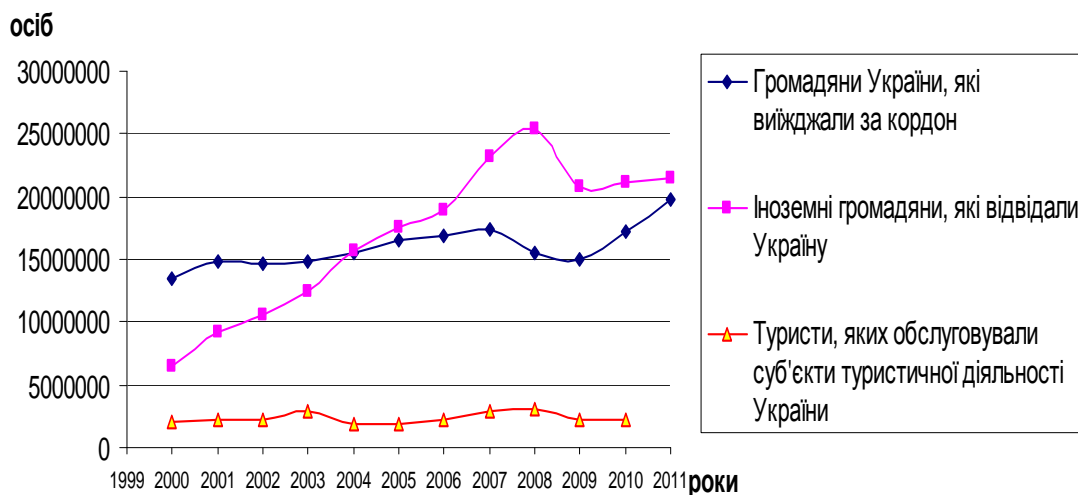
Ці проблеми притаманні всім учасникам туристичного бізнесу – як фахівцям туристичної сфери країн-партнерів, так і суб'єктам туристичної діяльності – туристам.

Зумовлена ця ситуація такими чинниками:

- великим обсягом інформації про історично-культурні, рекреаційні, потужні ресурси кожної з країн-об'єктів туристичної діяльності;
- достатньо частими змінами як у довідковій інформації про туристичну індустрію країн, так і у нормативних актах у сфері законодавства країн Східної та Центральної Європи (України, Білорусії, Росії, Польщі, Угорщини, Чехії, Словаччини тощо);
- недосконалим володінням партнерами державною мовою країни-партнера;
- недостатнім використанням для усунення вищезазначених негативних явищ можливостей сучасних інформаційних технологій.

Зростання рівня життя, особистого доходу, рівня освіти підвищує інтерес людини до подорожей та можливостей здійснювати їх як у своїй країні, так і за її межами, а висока якість туристичного продукту робить туризм привабливим для багатьох людей.

З кожним роком простежується зростання кількості туристів в Україні, а це означає збільшення доходів у країні загалом (див. рисунок).



Динаміка туристичних потоків в Україні (200–2011)

За період з 2000 до 2011 р. збільшилась як кількість громадян України, які виїжджали за кордон, так і кількість іноземних громадян, які відвідали Україну (на 6350,823 тис. ос. та 14984,356 тис. ос.). Також відзначимо, що в 2008 р. значно збільшилась кількість туристів, яких обслуговували туристичні фірми України.

За 2011 р. світовий туристичний потік зріс на 4,4 % до 980 млн. ос. Про це йдеться у доповіді Всесвітньої туристичної організації ООН, зазначає Lenta.ru. За даними експертів СОТ, у 2012 р. зростання сповільниться до 3–4 %, а до 2030 р. туристів налічуватиметься близько 1,8 млрд. ос. щороку. Із графіків, розміщених на сайті організації, видно, що понад 50 % усіх туристів (503 млн. ос.) припадає на Європу. На другому місці зі значним відставанням – Азіатсько-Тихоокеанський регіон (216 млн.), на третьому – Південна та Північна Америки (156 млн.).

У 2011 р. туристичний потік зріс у всіх регіонах світу, крім Близького Сходу (–8 %) та Африки (0 %). Це пов'язано із заворушеннями в арабських країнах Близького Сходу та Північної Африки, внаслідок яких кількість туристів у Єгипті, Тунісі та інших державах регіону помітно зменшилась [10].

Цей факт свідчить про те, що рівень сервісу та інформаційного забезпечення на українських туристичних підприємствах значно поступається сервісному обслуговуванню в Єгипті або Туреччині, за майже однакового цінового критерію. Майже зовсім не зростає рівень сервісу та інформаційного забезпечення для відпочивальників з середнім рівнем достатку. Сьогодні український туризм рекламують туристичні компанії, громадські організації, 2008 рік указом Президента був проголошений роком туризму і курортів в Україні [3].

Нещодавно повідомлено, що станом на 6 січня 2012 року в Криму кількість відпочивальників від початку року становила 17,7 тис. ос., що на 12,6 % вище від рівня минулого року. В умовах недостатнього інформаційного забезпечення туристичної діяльності виникає певна моральна, психологічна та правова незахищеність:

- майбутніх туристів як у виборі туристичного продукту, так і в країні туристичного перебування;
- фахівців туристичної індустрії при створенні турпродукту; турагентів під час просування турпродукту на ринку; постачальників туристичних послуг під час формування їх набору та цін; всіх суб'єктів туріндустрії та туристів при вирішенні міжнародних арбітражних суперечок.

Попри свою очевидну ефективність для учасників міжнародної туристичної діяльності таких систем – як загального користування, так і спеціалізованих, ці ІС мають загальні істотні недоліки.

Недоліки національних правових систем регулювання зовнішньоекономічної діяльності:

1. Всі системи (навіть одного функціонально-інформаційного призначення) **виконані у різних форматах подання інформації.**
2. Системи **оригінальні за інтерфейсом, структурою та сценарієм використання.**
3. В різних країнах системи **подані різними мовами.**
4. Учасник туристичного ринку **бачить інформацію з будь-якого питання тільки для однієї країни**, наприклад, України, і **не має інформації з цього питання для країни-партнера туристичної діяльності**, наприклад, Польщі, Словаччини, або Німеччини.
5. Пошук необхідної інформації на сайтах в Інтернеті – досить кропітка праця, яка **потребує значних витрат часу тощо.**

Майже у всіх країнах Європи використовують комп'ютерні інформаційні системи як загального користування, так і спеціалізовані (проблемно-орієнтовані).

Серед таких інформаційних систем загального використання відзначимо: глобальні мережеві системи бронювання (CRS – computer reservation systems) – СИРЕНА, АМАДЕУС, ГАБРИЕЛЬ, GALILEO, WORDSPAN тощо; національні правові системи регулювання зовнішньоекономічної діяльності, зокрема і міжнародної туристичної тощо [2].

Аналіз ситуації та досвід засвідчує, що оптимальний шлях вирішення цієї проблеми – у створенні та систематичному супроводженні **єдиних (за структурою та сервісом) регіональних комп'ютерних систем-бібліотек інформаційної підтримки міжнародної туристичної діяльності**, легкодоступних для широкого кола учасників цього ринку.

Орієнтовний склад регіональних комп'ютерних систем – бібліотек інформаційної підтримки міжнародної туристичної діяльності умовно можна розділити на три частини: туристичний аспект, нормативний аспект, довідковий аспект. Ці системи-бібліотеки повинні вміщувати інформацію щодо кожної із країн регіону, для якого вони створені (див. таблицю).

Склад регіональних комп'ютерних систем-бібліотек інформаційної підтримки міжнародної туристичної діяльності

СКЛАД СИСТЕМИ		
Туристичний аспект	Нормативний аспект	Довідковий аспект
<ul style="list-style-type: none"> - культурно-історична привабливість відповідної території; - рекреаційно-лікувальні особливості території; - набір та вартість придбання турпослуг та турпродуктів; - особливості придбання турпослуг та турпродуктів. 	<ul style="list-style-type: none"> - іноземні інвестиції; - валютне регулювання; - акцизний збір та ПДВ; - коди гармонізованої системи товарної номенклатури ЗЕД; - ліцензування; - митне регулювання; - приватні поїздки за кордон, транспортні перевезення та страхування - регламенти міжнародних арбітражі. 	<ul style="list-style-type: none"> - правила складання та взірці міжнародних контрактів, міжнародних торгових умов Incoterms 2010; - взірці ділового листування; - посилення на адреси сайтів виробників туристичних послуг та туроператорів в певній країні; - адреси та телефони підприємств, установ, організацій, які здійснюють контролюючі та сервісні функції в сфері міжнародних зв'язків; - адреси та телефони закладів культури.

Такі системи-бібліотеки можуть розміщуватися в Інтернеті, а також випускатися в локальному варіанті (встановлюватися на комп'ютерах користувачів). Інформація в системах повинна постійно поновлюватися (актуалізовуватися).

Користувач такої системи-бібліотеки повинен мати можливість відкривати на екрані монітора інформацію з якогось питання одразу для декількох країн і продивлятися «наскрізь» умови можливої турподорожі цими країнами. Система повинна бути толерантна щодо користувача. У випадку, якщо користувач не впевнений у автентичності перекладу тексту документа на мову інтерфейсу, система повинна забезпечити йому можливість отримання тексту мовою оригіналу.

Висновки і перспективи подальших розвідок у цьому напрямі. Можна відзначити, що інформаційні технології надають можливості туристичним підприємствам досліджувати стан і розвиток попиту на ринку, використовувати економічніші канали просування продуктів; забезпечують простий та швидкий для споживача спосіб придбання послуг, високий рівень обслуговування та утримання клієнтів, що сприятиме зменшенню витрат завдяки більшій ефективності внутрішніх операцій та комерційних процедур.

Отже, запропоноване впровадження системи-бібліотеки у туристичну галузь дасть змогу туристичним підприємствам не лише здешевити засоби зв'язку, але й отримати реальну можливість налагодити працю всіх учасників ринку туристичних послуг як єдиного офісу, істотно скоротити час на обслуговування клієнтів, надавати всім учасникам ринку оперативну і достовірну інформацію про ціни та асортимент у будь-який момент часу, надасть можливість стежити за проходженням замовлення на всіх етапах його здійснення та значно поліпшити якість туристичних послуг.

1. Киф'як В.Ф. *Організація туристичної діяльності в Україні*. – Чернівці: Зелена Буковина, 2003. 2. *Стан та перспективи розвитку туризму в Україні за 2003 рік*. – К.: Державна туристична адміністрація України, Науковий центр розвитку туризму, 2004. – 182 с. 3. *Про підтримку розвитку туризму в Україні: Указ Президента України від 02.03.2001 № 127/2001 // Уряд. кур'єр*. – 14 березня 2003 р. 4. Мельниченко С.В. *Вплив інформаційних технологій на маркетинг туристичних підприємств // Вісник КНТЕУ*. – 2007. – № 5. 5. Мельниченко С.В. *Інформаційні технології в туризмі: теорія, методологія, практика: монографія*. – К.: Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2008. – 493 с. 6. Скопєнь М.М. *Комп'ютерні інформаційні технології в туризмі / Скопєнь М.М.* – К.: Кондор, 2005. – 301 с. 7. *Електронний ресурс туристичного ринку України / – Режим доступу: www.tour.com.ua*. 8. Леонтьєв В.П. *Новейшая энциклопедия Интернет*. – М.: ОЛМА-ПРЕСС, 2002. – 607 с. 9. [Електронний ресурс] *World Tourism Organization UNWTO* – Режим доступу: <http://mkt.unwto.org/ru/barometer>. 10. [Електронний ресурс новинару]. – Режим доступу: <http://novynar.com.ua/business>.