

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
ОДЕСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**

**КАФЕДРА ЕКОНОМІЧНОЇ КІБЕРНЕТИКИ ТА  
ІНФОРМАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ**



**«ІНФОРМАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ В  
ЕКОНОМІЦІ І УПРАВЛІННІ»**

**ЗБІРНИК НАУКОВИХ СТУДЕНТСЬКИХ ПРАЦЬ**

**ВИПУСК 2**



**Одеса  
2020**

# РОЗВИТОК ТА ВПРОВАДЖЕННЯ ІНФОРМАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ НА ПІДПРИЄМСТВАХ ТУРИСТИЧНОЇ СФЕРИ

Шайфлер В. С.<sup>1</sup>, Гострик О. М.<sup>2</sup>

1 – студентка 4 курсу 40 гр., факультет міжнародної економіки,

2 – канд. екон. наук, доцент, кафедра економічної кібернетики та інформаційних технологій  
Одеський національний економічний університет, м. Одеса

## АНОТАЦІЇ

**Шайфлер В. С., Гострик О. М. Розвиток та впровадження інформаційних технологій на підприємствах туристичної сфери.** У статті розглянуто потенційні можливості інформаційних технологій в управлінні туристичною сферою та реалізації туристичного продукту, визначено переваги використання інтернет-ресурсів як для туристичних фірм, так і для їх клієнтів. Проведено аналіз впровадження інформаційних технологій у діяльність підприємств туристичної сфери.

**Ключові слова:** туристична сфера, туристичне підприємство, туристичний продукт, інформаційні технології.

**Шайфлер В. С., Гострик А. М. Развитие и внедрение информационных технологий на предприятиях туристической сферы.** В статье рассмотрены потенциальные возможности информационных технологий в управлении туристической сферой и реализации туристского продукта, определены преимущества использования интернет-ресурсов как для туристических фирм, так и для их клиентов. Проведен анализ внедрения информационных технологий в деятельность предприятий туристической сферы.

**Ключевые слова:** туристическая сфера, туристическое предприятие, туристический продукт, информационные технологии.

**Shaifler V. S., Hostrick A. M. Development and implementation of information technology in tourism enterprises.** The article considers the potential opportunities of information technologies in the management of the tourism sector and the implementation of the tourism product, the advantages of using Internet resources are determined both for travel agencies and for their customers. Analysis of the implementation of information technology in the activities of tourism enterprises conducted.

**Keywords:** tourism, tourism enterprise, tourist product, information technology.

**Шайфлер В. С., Гострик О. М. Розвиток та впровадження інформаційних технологій на підприємствах туристичної сфери // Інформаційні технології в економіці і управлінні : зб. наук. студ. праць. Одеса : ОНЕУ, 2020. Вип. 2. С. 36–43.**

**Постановка проблеми у загальному вигляді.** Проникнення сучасних інформаційних технологій у різні сфери людського життя та діяльності, на сьогоднішній день стає одним з найважливіших чинників підвищення ефективності та якості процесів. Актуальність розвитку інформаційних технологій у туристичній сфері зумовлена тим, яким чином та за яким напрямком буде рухатись управлінська складова даного процесу. Адже сьогодні все більш актуальним стає попит на нові принципи організаційної будови в контексті стратегічних переваг турфірми в конкурентній боротьбі з використанням інформаційних технологій. Актуальність використання інформаційних технологій також підвищується у зв'язку з необхідністю стимулювання економічного та виробничого зростання в країні. Це і робить туризм досить привабливим для впровадження нових інноваційних технологій та рішень.

**Аналіз досліджень і публікацій останніх років.** У розгляді цієї теми беруть участь багато науковців та авторів, серед яких: С. Арімов, В. Балута, П. Бурцев, А. Галиновський, О. Губанова, В. Гуляєв, А. Демаш, М. Єфремова, І. Зорін, І. Калашников, В. Квартальнов, Д. Купінський, Ю. Миронов, М. Морозов, Н. Морозова, Т. Новгородцев, Н. Плотнікова, М. Окорочков, М. Робсон, М. Скопєнь, О. Тоффлер, Ф. Уллах, М. Хайдеггер, А. Шлевков, С. Чупров та інші. У працях зазначених авторів висвітлено теоретико-методологічні основи та проведено аналіз ефективності впровадження інформаційних технологій у сфері туризму, підкреслено позитивний вплив автоматизації на роботу туристичних фірм.

**Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми.** Недостатньо вивченими залишаються питання щодо потенціалу інформаційних технологій у сфері туризму в цілому та його використання на просторах України. Дискусійними залишаються питання щодо експлуатації комп'ютерних програм та технологій на вітчизняних підприємствах. Не тільки вченими, а й туристами акцентується увага на позитивній стороні користування технологіями у сегменті бронювання не тільки послуг розміщення, а й транспортних послуг та харчування.

**Мета статті.** Метою даної статті є висвітлення сутності та значення інформаційних технологій у сфері туризму, особливості їх впровадження та ефективність використання на туристичному підприємстві.

**Вклад основного матеріалу дослідження.** У XXI ст. туризм є однією з найперспективніших індустрій та галузей, як в Україні, так і в усьому світі. Наша країна має величезний потенціал для успішної еволюції внутрішнього та іноземного туризму, який визначається за такими критеріями, як: зручне географічне положення, вдалий клімат, багатство природного, історико-культурного та туристично-рекреаційного потенціалів. Але для якісного розвитку туризму у нашій державі, треба подолати декілька уповільнюючих факторів, а саме: низьку інформаційну грамотність та недостатній рівень кваліфікаційної підготовки як персоналу, так і управлінців, а також існування помилок у роботі програм

автоматизації процесів управління та слабкі комунікації, що стримують розвиток туризму в Україні та не дають змогу отримати прибуток.

У наш час індустрія туризму ідеально пристосована для впровадження нових сучасних технологій та програм, саме через це вона зазнала значного впливу науково-технічного прогресу за останні десятиліття.

Позитивний вплив іноземних інформаційних технологій на динаміку вітчизняного туризму привів до зміцнення та перетворення туристичної галузі на багатогалузеву сферу діяльності, що спрямована на задоволення різноманітних потреб мільйонів туристів та споживачів.

Інформаційні технології в туризмі – це система методів і способів передачі та обробки інформації на основі використання технічних засобів і програм, які можуть застосовуватись при управлінні підприємствами сфери туризму, а саме: обслуговуванні відвідувачів, співпраці з постачальниками, посередниками, органами державної влади, налагодженні з ними партнерських відносин та зв'язків. Вплив інформаційних технологій на туризм здійснюється на різних стадіях створення та просування туристичного продукту.

До основних напрямків застосування інформаційних технологій в туризмі відносять:

- зростання ефективності керівництва підприємством;
- підвищення якості обслуговування гостей;
- створення нових послуг;
- реалізацію послуг.

Ефективність застосування інформаційних технологій у туризмі, обсяги інтернет-продажів туристичних послуг, кількість бронювань та переглядів оцінюють, визначаючи кількість користувачів Інтернету в світі. На рис. 1, за даними Всесвітньої туристичної організації, наведена інформація про кількість споживачів провідних країн світу, які для замовлень туристичних послуг користуються сучасними Інтернет-технологіями. В Україні Інтернетом, на жаль, користується приблизно 2 млн осіб, що складає всього 0,2% від загальної кількості користувачів.

Останнім часом найшвидшими темпами зростає продаж туристичних послуг саме в Інтернеті, а також частка інтернет-продажів у загальному обсязі туристичних послуг. Так, в США користування інтернет-замовленнями щорічно зростає на 19–20%, а в країнах Західної Європи – на 37–49%. При цьому частка інтернет-продажів у загальному обсязі туристичних послуг в США складає 54%, в країнах Західної Європи – 51%, а в Україні – всього 7%.

Використання сучасних інформаційних технологій значно підвищує безпеку та якість туристичних послуг, а також забезпечує рентабельність підприємства. На даний момент у туризмі використовують глобальні розподільчі системи (Global Distribution System), які забезпечують швидке і зручне бронювання квитків на транспорт, резервування місць у готелі, прокат автомобілів та інших видів транспорту, обмін валют, замовлення квитків на концерти, вистави, спортивні змагання та інші заходи.



Рис.1. Кількість споживачів, які користуються сучасними Інтернет-технологіями в туристичному бізнесі за 2018–2019 роки (складено авторами на основі [7] )

Найбільшими глобальними розподільчими системами на міжнародному ринку туристичних послуг є Amadeus, Worldspan, Galileo, Sabre, порівняльна характеристика яких наведена в табл. 1.

Таблиця 1  
Міжнародні розподільчі системи (складено авторами на основі [9; 10; 13])

Назва	Характеристика
Amadeus	Амадеус є провідним провайдером інформаційних технологій і лідируючою глобальною дистрибутивною системою, пропонуючи послуги з маркетингу, продажів і дистрибуції в світовій індустрії туризму і подорожей.
Worldspan	Worldspan – інформаційна система, що здійснює резервування головним чином на авіатранспорті, а також в готелях, екскурсійних бюро, театрах та інших підприємствах культури, компаніях по здачі в оренду автомобілів. Worldspan дозволяє також отримати всю необхідну довідкову інформацію, пов'язану з подорожами і туризмом. Системою користуються понад 25 тис. турфірм по всьому світу.
Galileo	Глобальна дистрибутивна система бронювання Galileo International надає послуги з електронного глобального розподілу ресурсів для туристичних агентств через комп'ютерну систему бронювання, пропонує інноваційні рішення на основі Інтернет.
Sabre	Є однією з найбільших в світі. Належить американському холдингу Sabre Travel Network, що спеціалізується на перевезеннях пасажирів і турбізнесі.

У сукупності всі перелічені системи нараховують приблизно 500 000 терміналів у готелях всього світу. Вони займають більше 90% ринку, тому їх називають «золотою четвіркою». Останні 10% займають регіональні системи резервування, а також системи, які знаходяться у стадії злиття з однією з вищезазначених [11]. В Україні сьогодні найбільшу популярність має така система, як Amadeus.

Найбільш розповсюдженими в діяльності вітчизняних туристичних агентств є спеціалізовані програмні системи зазначені на рис. 2.



Рис.2. Спеціалізовані програмні системи (складено авторами на основі [6])

Зазначені програмні системи надають можливість організувати управлінські процеси та операційну діяльність на туристичному підприємстві шляхом об'єднання існуючих операцій та окремих пакетів прикладних програм у єдиний інтегрований процес.

Останнім часом суб'єкти туристичної діяльності активно використовують систему «Парус-Підприємство», розроблену однойменною корпорацією. Вона призначена для автоматизації управління діяльністю великих корпоративних структур та підприємств малого та середнього бізнесу. Особливу увагу заслуговують рішення на базі платформи «Парус-Підприємство 8.\*».

До складу системи входять функціонально відокремлені модулі. Одним з таких спеціалізованих додатків є «Парус – Туристичне агентство». Це надбудова, яка функціонує в модулі «Парус – Менеджмент і Маркетинг» і призначена для автоматизації бізнес-процесів туристичних компаній і агентств ділового туризму щодо надання повного спектру туристичних послуг. До функціональних можливостей цього програмного продукту відносяться такі складові, як: організація семінарів, зустрічей, поїздок на заходи; облік персоніфікованих даних клієнтів; облік готелів, бронювання, історії поселень; формування пакета туристичних послуг; облік заявок від клієнтів та їх параметрів; продаж авіа-, авто- та залізничних квитків; візова підтримка; оренда автомобілів; страхування, облік розрахунків з клієнтами та туроператорами; друк ваучерів, договорів, заявок; формування історії взаємин із клієнтом; відстеження ефективності реклами; організація доставки квитків та документів; облік звернень та їх адресний розподіл за фахівцями; реєстрація клубних карт, спеціальних дисконтних програм.

Таким чином, надбудова «Туристичне агентство» в модулі «Парус – Менеджмент і Маркетинг» дозволяє реалізувати стратегію, яка орієнтована на клієнтів, автоматизуючи роботу відділів продажів (менеджерів за напрямками), маркетингу, сервісу, реклами, а також інших відділів, які взаємодіють з клієнтами, а також у комплексі з додатковими модулями дозволяє вирішувати управлінські завдання та різні задачі [3; 4]. У 2005 році, за підсумками дев'ятого Всеукраїнського конкурсу розробників програмного забезпечення «Soft Regatta-2005», CRM-система «Парус – Менеджмент та Маркетинг» зайняла 1 місце в номінації «Програмне забезпечення для автоматизації окремих видів діяльності – програмне забезпечення для маркетингу».

Для просування туристичного продукту найбільш доцільним є використання сучасних інформаційних технологій для реклами (через Інтернет- та WEB-сайти туристичних підприємств та організацій, туристичні портали), комунікацій (електронна пошта, інтернет-телефонія, інтернет-пейджинг) і системи бронювання місць [2; 4].

Враховуючи зростаючу роль сучасних інформаційних технологій в туристичному бізнесі, була створена Асоціація сприяння туристичним технологіям, яка поєднує відомих розробників і популяризаторів інформаційних технологій, для спільного вирішення питань підготовки учасників туристичного ринку до впровадження та ефективного використання сучасних засобів ведення бізнесу.

Серед основних спеціалізованих програмних продуктів автоматизації роботи суб'єктів туристичного ринку можна також виділити CRM-системи. Системи цього класу дозволяють налагодити взаємовідносини з клієнтами і являють собою стратегію компанії, спрямовану на розуміння поведінки клієнтів для підвищення рівня утримання та задоволеності найбільш прибуткових з них, при одночасному зниженні витрат і збільшенні ефективності взаємодії з клієнтом.

CRM – модель взаємодії, заснована на теорії, що центром всієї філософії бізнесу є клієнт, а головними напрямками діяльності компанії є заходи щодо забезпечення ефективного маркетингу, продажів і обслуговування клієнтів [5; 11; 15]. Підтримка цих бізнес-цілей включає збір, зберігання і аналіз інформації про споживачів, постачальників, партнерів, а також про внутрішні процеси компанії. Функції для підтримки цих бізнес-цілей включають продаж, маркетинг, підтримку споживачів.

До переваг використання CRM-технологій можна віднести: підвищення здатності компаній зберігати своїх клієнтів і формувати у них лояльність по відношенню до послуг фірми, які реалізуються; підвищення прибутку в роботі з клієнтами, що зумовлено збільшенням кількості замовлень і зниженням витрат на залучення нових клієнтів; зниження собівартості послуг, що надаються. Цю технологію, зокрема, використано в модулі «Парус – Менеджмент і Маркетинг».

Основною метою багатьох компаній є побудова довгострокових і взаємовигідних відносин з клієнтами. Для досягнення цієї мети необхідно вирішити ряд задач, а саме:

- створити єдине інформаційне поле;
- забезпечити узгодженість каналів взаємодії;
- підвищити швидкість прийняття рішень;
- підвищити ефективність залучення нових замовлень;
- підвищити ефективність роботи співробітників;
- мінімізувати людський фактор.

**Висновки з даного дослідження.** В сучасних умовах неможливо забезпечити якісне ведення туристичного бізнесу без впровадження й 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.

Вплив інформаційних технологій на розвиток туризму досить великий, оскільки пов'язаний з ефективністю роботи кожного туристичного оператора окремо, так і усього туристичного бізнесу в цілому. Це впливає на конкурентоспроможність підприємства на ринку. Тому на сьогоднішній день представити діяльність туристичного підприємства без використання мережі Інтернет просто неможливо, так як вона використовується практично у всіх бізнес-процесах всередині туристичного підприємства.

Робота з глобальними системами бронювання через Інтернет забезпечить велику кількість туристів та інших учасників ринку оперативною та достовірною інформацією про ціни та асортимент у будь-який момент часу.

Проведений аналіз сучасних інформаційних технологій, практики їх використання в діяльності підприємств туристичної сфери доводить їх практичну цінність і доцільність. Ефективність управління та підвищення конкурентоспроможності підприємств туристичної сфери безпосередньо залежить від активного впровадження і використання різноманітних сучасних засобів автоматизації.

На підставі вищесказаного можна визначити основні напрямки підвищення ефективності функціонування підприємств сфери туризму за умов активного використання сучасних інформаційних технологій, а саме:

- підвищення оперативності розміщення та пошуку інформації;
- активізація просування та збуту туристичних послуг;
- підвищення рентабельності роботи з клієнтами та рівня якості їх обслуговування.

## **ЛІТЕРАТУРА**

1. Бондаренко Т. М. Точки зростання виробництва: поняття, критерії та методика визначення // Економіка і прогнозування. 2008. № 1. С. 136–144.

2. Гострик А. М., Степаненко Е. А., Сокурченко П. И. Моделирование маркетинговой стратегии компании методом системной динамики // Аналіз сучасних економічних процесів



та інформаційні технології : матеріали Міжнар. наук.-практ. конференції: в 6 т. Днепропетровск : К. О. Біла, 2011. Т. 4: Математичні методи та моделі в менеджменті та маркетингу. С. 21–23.

3. Гострик О. М., Клепікова О. А. Оцінка та аналіз програмного забезпечення побудови корпоративних додатків для малого та середнього бізнесу // Моніторинг, моделювання та менеджмент емерджентної економіки : збірник наукових праць YI Міжнародної наук.-практ. конф. (Одеса-Черкаси, 24-26 травня). Черкаси : видавець Ольга Вовчок, 2017. С. 100–102.

4. Домашенко С. В. Сучасні інформаційні технології у розвитку ринку туристичних послуг запорізького регіону // Держава та регіони. Серія: Економіка та підприємництво. 2013. № 2 (71). С. 44–49.

5. Інформатика для економістів : навч. посіб. для студентів вищих навчальних закладів економічних спеціальностей / В. М. Беспалов, А. Ю. Вакула, О. М. Гострик [та ін.]. К. : ЦУЛ, 2003. 788 с.

6. Мельниченко С. В. Інформаційні технології в туризмі: теоретичні та практичні аспекти // Вісник Запорізького національного університету. 2010. № 2 (6). С. 129–138.

7. Мельниченко С. Інформаційні технології в управлінні суб'єктами туристичної діяльності // Вісник КНТЕУ. 2010. № 2. С. 131–143.

8. Моделювання економічних процесів : навч. посіб. / П. І. Островський, О. М. Гострик, Т. П. Добрунік, О. В. Радова. Одеса : ОНЕУ, 2012. 132 с.

9. Плотникова Н. И. Комплексная автоматизация туристического бизнеса. Ч. 1. М. : Советский спорт, 2000. 318 с.

10. Скопень М. М. Комп'ютерні інформаційні технології в туризмі. К. : Кондор, 2005. 302 с.

11. Ткаченко Т. І. Сталій розвиток туризму: теорія, методологія, реалії бізнесу : монографія. К. : Київ. нац. торг.-екон.ун-т, 2006. 537 с.

12. Якушкина М. Galileo под новым трендом // Турбизнес. 2007. № 2. С. 12

13. Methodological Approach to Determining the Strategy Efficiency of the Economic Mechanism Development for Innovation Implementation at Engineering Enterprises / Alla Cherep, Olexandr Cherep, Iryna Mendela, Alexey Hostryk, Hanna Moskaliuk // 7th International Conference on Modeling, Development and Strategic Management of Economic System (MDSMES 2019). Advances in Economics, Business and Management Research, Volume 99. p. 272–276. Copyright © 2019, the Authors. Published by Atlantis Press. ISBN 978-94-6252-800-0. URL: <https://www.atlantis-press.com/article/125919228> (дата звернення 23.04.2020).

14. Non-conventional renewable energy: comparative analysis of the prospects for the development of energy-economic complex of a state / Yelyzaveta Koniaieva, Oleg Dzoba, Alexey Hostryk, Oksana Lisova and Dariia Babenko // SHS Web Conference. The 8th International Conference on Monitoring, Modeling & Management of Emergent Economy (M3E2 2019), Volume 65, Art. 04020, 2019. DOI: <https://doi.org/10.1051/shsconf/20196504020> (дата звернення 23.04.2020).

15. Офіційний сайт корпорації «Парус Україна». URL: <http://www.parus.ua/ua/167/> (дата звернення 23.04.2020).