

**МАРЧЕНКО ОКСАНА АНАТОЛІВНА,**

*доктор економічних наук, професор*

*кафедри економіки*

**ІВАНОВА ВАЛЕНТИНА МИХАЙЛІВНА,**

*магістр географії, старший викладач*

*кафедри туризму, соціально-економічної*

*географії та краєзнавства*

**ЯЦЕНКО АНАСТАСІЯ ДМИТРІВНА,**

*магістр географії, викладач-стажист*

*кафедри економіки*

*Мелітопольський державний*

*педагогічний університет*

*імені Богдана Хмельницького*

*м. Мелітополь, Україна*

## **ОСОБЛИВОСТІ ВПРОВАДЖЕННЯ ІННОВАЦІЙНИХ ЗАСОБІВ РЕГІОНАЛЬНОГО РОЗВИТКУ У ГАЛУЗІ ТУРИЗМУ**

Впровадження інноваційних, зокрема нових інформаційних технологій у діяльність туристичних підприємств – це необхідна передумова не тільки їх розвитку та створення нових місць туристичного призначення, але й нормального існування та реалізації туристичного продукту. Туристичний продукт розробляється, пропонується, замовляється, продається у т.ч. у вигляді інформації, тобто купуються права на туристичні послуги. При цьому важливим є об'єктивність інформації, легкість доступу і оперативність її отримання, повнота, наочність, можливість інтерактивного оформлення замовлень і оплати послуг.

Сучасні інформаційні мережі та системи дозволяють ефективно реалізовувати такі функціональні напрями діяльності галузі туризму та гостинності: довідкова діяльність; реклама туристичних можливостей; маркетинг послуг і турпродукту; замовлення і продаж турпродукту і послуг; моніторинг, аналіз та планування туристичної діяльності; розробка турпродукту; автоматизація роботи суб'єктів туристичної діяльності [1].

Перші п'ять напрямків можуть бути ефективно реалізовані з використанням глобальних інформаційних мереж (дистриб'юторних мереж,

мережі Інтернет) та технологій електронного маркетингу. На сучасний момент у світі більше ніж 90% туристських продуктів і послуг можна замовити та придбати в режимі он-лайн (інтерактивному діалоговому режимі) через агентів або безпосередньо самими споживачами. Біля 30% туристських послуг (номери в готелях, тури подорожей, екскурсії, квитки на культурно-розважальні заходи тощо) і більше 50% квитків на пасажирські перевезення продаються через глобальні мережі. Технології електронного маркетингу розповсюджуються стрімкими темпами. До того ж впровадження нових інформаційних технологій не потребує дуже великих інвестицій, котрі необхідні для капітального будівництва, промисловості, транспорту.

В Україні впровадження нових інформаційних технологій значно відстає від рівня розвинутих країн світу (а саме ці країни є найбільшими замовниками туристських послуг), а також від рівня країн Східної Європи, Азії. Поки що не більше половини туристських фірм ефективно використовує електронну пошту. А кількість турфірм, що використовують глобальні мережі для пропозицій, замовлення та продажу послуг, не більше 30%. Серед готелів, пансіонатів, санаторіїв, закладів харчування ці показники значно гірші. Тільки послуги бронювання авіаквитків, особливо на міжнародні рейси та рейси провідних зарубіжних авіакомпаній, автоматизовані на рівні, близькому до сучасного, але рівень функцій оплати замовлень далекий від сучасного.

На провідному українському пошуковому сервері UAportal.com є більш ніж 600 посилань на сервери і сайти, пов'язані з туризмом, приблизно 120 по Київ. Це непогані кількісні показники, але якість та ефективність сайтів дуже низькі. Реально працює з них приблизно 40%. Функції замовлення (і то не повні) реалізовані не більше, ніж у 60% сайтів. Довідкові сервери та сайти працюють надто повільно, інформація, що представлена на них, недостатньо повна і актуалізована. На міжнародних пошукових серверах Yahoo та Google представлено біля 40 сайтів. Тобто іноземні замовники українські, і в тому числі київські, туристські ресурси практично „не бачать”. У суб'єктів

туристичної діяльності практично відсутні бази даних, доступні з зовнішніх мереж для їх замовлення [1].

Також Україні нема жодної представницької організації для підключення до глобальних дистриб'юторних мереж, а зарубіжні вимагають дуже значних комісійних виплат. За цих обставин київські туроператори і готелі представлені в глобальних дистриб'юторних системах (Amadeus, Galileo) в незначній кількості (4-5 організацій). Це дуже низькі показники, якщо врахувати, що кожна з цих систем забезпечує бронювання більш ніж в 50 000 готелів по всьому світу. Таким чином, ґрунтуючись на наведеній вище інформації, можна визначити наступні основні проблеми розвитку інноваційних технологій в туристичних підприємствах а,отже, і шляхи їх вирішення:

- інформаційна інфраструктура. Охоплює канали зв'язку (з глобальними інформаційними мережами, в першу чергу з мережею Інтернет; телефонного, мобільного телефонного, відео телефонного; кабельного і супутникового телебачення), комунікаційне обладнання (маршрутизатори, комутатори, концентратори), корпоративні та локальні інформаційні мережі, сервери мереж і баз даних;
- бази даних туристичного профілю. Охоплюють інформацію про організації, що надають туристичні послуги і дані по всіх видах туристичних послуг – туристичні тури; індивідуальні і колективні туристичні послуги; історичні і культурні об'єкти та можливості їх відвідування; готелі, пансіонати і санаторії та можливості їх замовлення; відпочинок і розваги та можливості їх здійснення; транспортні об'єкти та можливість замовлення квитків і транспортних засобів; соціально-економічні, демографічні, поселенські, кліматичні відомості тощо;
- сайти і портали туристичного профілю в мережі Інтернет. Забезпечують пошук і доступ до різнопланової інформації про

туристичні об'єкти та послуги з можливостями вибору і замовлення потрібних послуг;

- електронний маркетинг. Забезпечує пошук, замовлення (бронювання), оформлення і оплату туристських послуг з використанням засобів глобальних дистриб'юторних систем, мережі Інтернет, електронної пошти та інших мереж загального користування;
- рекламна діяльність. Охоплює інформаційну діяльність, пов'язану з розповсюдженням серед замовників (і потенційних замовників) туристичних послуг достатньої і об'єктивної інформації у вигляді, який сприяє залученню до замовлення цих послуг;
- автоматизація діяльності туристичних організацій. Забезпечує автоматизовану розробку і планування маршрутів та турів із забезпеченням відповідних послуг, бухгалтерський облік і фінансові розрахунки, менеджмент, планування маркетингової діяльності, обробку статистичних даних. Автоматизація управління діяльності сфери туризму. Забезпечує програмно-інформаційну підтримку обліку, контролю, аналізу і планування діяльності [2].

Інноваційні технології в туристичних підприємствах доцільно впроваджувати і розвивати на двох рівнях за узгодженими між собою планами: на державному та регіональному (галузевому, муніципальному) рівні; на рівні підприємств і організацій туристичного бізнесу. На муніципальному рівні повинні вирішуватись загальні проблеми, які неспроможні вирішити підприємства і організації туристичного бізнесу без централізованого узгодження дій і державної (в тому числі фінансової) підтримки. На рівні туристичних підприємств і організацій необхідно створити власні інформаційні системи, які мають доступ до відповідних ресурсів [3].

На основі проведеного аналізу можна зробити висновок про необхідність реалізації довгострокової програми впровадження інноваційних технологій, як невід'ємної частини програми розвитку туристичної галузі в

Україні. В програмному плані заходи можна об'єднати у три групи: розвиток інформаційної інфраструктури (організація зовнішніх каналів зв'язку, представницької діяльності, підключення до глобальних дистриб'юторних мереж, туристичних і довідникових серверів та порталів); впровадження автоматизованих інформаційно-аналітичних систем і технологій (автоматизація моніторингу, аналізу і планування туристичної діяльності, організація мережних баз даних і довідникових систем електронного маркетингу і бронювання послуг; автоматизованих систем управління); інформаційно-рекламна діяльність (у глобальних інформаційних мережах, на міжнародних серверах і порталах).

#### **Література:**

1. Морозов М.А. Информационные технологии в социально-культурном сервисе и туризме / М. А. Морозов, Н. С. Морозова. – М.: Академия, 2002. – 311 с.
2. Папирян Г.А. Международные экономические отношения: экономика туризма / Г.А. Папирян. – М.: Финансы и статистика, 2000. – С. 101-110.
3. Темник І. О. Стимулювання інституційно-інноваційного розвитку економіки України через реалізацію макропроектів міжнародного туризму / І.О. Темник // Інвестиції: практика та досвід. – 2011. – №10. – С.20–23.