

РОЗВИТОК ІНФОРМАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ У СФЕРІ ТУРИЗМУ

асист. Денисова І.В., студент гр. ПР-12 Поліщук І.О.

Туризм є однією з найбільш прибуткових галузей світової економіки, яка безперервно розвивається. Сфера впливу туризму виходить далеко за межі самої галузі, вона має вплив на транспорт, зв'язок, торгівлю, будівництво, сільське господарство, виробництво товарів народного споживання та ін.

Туризм – інформаційно-насичена діяльність, сфера якої має позитивну динаміку та постійний розвиток. Для щоденного функціонування туристської діяльності важливим є безперервний збір, обробка, застосування і передача інформації. Таким чином, туризм на ринку майже повністю залежить від зображень, описів, засобів комунікацій і передачі інформації.

Система інформаційних технологій, що використовуються в туризмі, складається з комп'ютерної системи резервування, системи проведення телеконференцій, відеосистем, комп'ютерів, інформаційних систем управління, електронних інформаційних систем авіаліній, електронної пересилки грошей, телефонних мереж, рухливих засобів повідомлення і т.п.

Сучасні технології постійно удосконалюються, нові – безперервно з'являються. Переважно більшість цих нововведень можна охарактеризувати двома властивостями – мобільністю і високою швидкістю передачі даних.

Велику значущість в сфері туризму відіграє Інтернет. Він дозволяє організаціям сфери послуг, без великих на те витрат, одержати доступ до великих груп споживачів задля передачі конкретної інформації, надійного поширення повної і детальної інформації про свою діяльність, скорочення витрат на виготовлення і розповсюдження друкованої продукції, прискорення і спрощення взаємодії з партнерами на ринку.

До широкого впровадження інформаційних технологій, постачальники туристських послуг зв'язувалися з клієнтами через посередників (туроператори, туристські агентства, готельні мережі тощо). На сьогоднішній день широкого вжитку набули віртуальні посередники – сайти готелів, авіакомпаній, туристичних фірм. Це дозволяє туристові безпосередньо, без участі туристських фірм, одержувати інформацію і замовляти послуги в будь-якому поєднанні виробників і посередників.

Широкі оберти також набирає і така послуга, як віртуальні тури. Причому працюють вони як з рекламною метою, у вигляді ознайомчої інформації про визначні пам'ятки, так і в якості нового напрямку – кібертуризм. Призначення кібертуризму – проведення віддаленої екскурсії по замовленому маршруту. Це дозволяє не просто побувати за короткий проміжок часу в максимальній кількості місць, а й долучити до подорожей людей з обмеженими можливостями, а також заощадити час і кошти на розвідувальні операції.

Завдяки новим технологіям навіть невеликий туристичний регіон може придбати популярність і реалізувати все те, що він може запропонувати потенційним туристам з усього світу, зокрема: санаторії та курортні комплекси, архітектурні пам'ятки, музеї, фестивалі, спортивні події, які проводяться, ярмарки та багато іншого.

Але все більше впровадження інформаційних технологій має як вигоду, так і ризик. Технологічний прогрес приводить до скорочення робочих місць і професій, але, в той же час, на зміну їм з'являється ще більше нових. Впровадження інформаційних технологій збільшує попит на спеціальності, що вимагають певної кваліфікації і гарної освіти.

Щодо України, то стихійний український ринок, який склався за останні роки, знаходиться у стані кризи у порівнянні з іншими країнами, які мають у своєму використанні сучасні інформаційні технології. Не дивлячись на великий рекреаційний

потенціал України, вона до цих пір не включена у постійні міжнародні туристичні зв'язки. Однією з причин такого протиріччя являється відсутність надійної та правдивої інформації про стан ринку та сервіс, який не так розвинутий в Україні, але вже звичний для західного клієнта, адже у розвинутих країнах сервіс забезпечується сучасними засобами зв'язку.

Отже, інформаційні технології відіграють одну з найважливіших ролей у туристичній галузі, створюючи дану сферу більш розвиненою, розгалуженою, вона також стає більш зручною для клієнта, та більш вигідною для туристичних агентств. Тому, особливості реалізації туристичного продукту не дозволяють говорити про повноцінність даної сфери, якщо в її використанні немає відповідного інформаційного забезпечення.

Економічні проблеми сталого розвитку : матеріали Міжнародної науково-практичної конференції, присвяченої пам'яті проф. Балацького О.Ф., м. Суми, 6-8 травня 2014 р.: у 2-х т. / За заг. ред.: О.В. Прокопенко, О.В. Люльова. - Суми : СумДУ, 2014. - Т.2. - С. 134-135.